MENSILE DI STUDI SUL CINEMA E LO SPETTACOLO

1972 fascicolo 5/6

BIANCO E NERO

SOMMARIO

anno XXXIII - fascicolo 5/6 maggio-giugno 1972
spedizione in abbonamento postale - gruppo IV

BN MENSILE

MAGGIO/GIUGNO 1972

5/6

ANNO XXXIII

Fascicoli monografici coordinati da

Floris L. Ammannati
Fernaldo Di Giammatteo
Roberto Rossellini

direttore responsabile

Floris L. Ammannati

BN PER CHI SI SCRIVE PER CHI SI GIRA

a cura di
Gian Carlo Ferretti

ogni fascicolo a cura degli studiosi o dei gruppi di studiosi ai quali è affidata la responsabilità della realizzazione

Segretario di redazione
Franco Mariotti

organizzazione editoriale
Aldo Quinti

direzione redazione:
00173 Roma, via Tuscolana 1524, tel. 742245
amministrazione:
Società Gestioni Editoriali s. a r.l.
00153 Roma, via di San Alberto Magno, 7
abbonamenti:
annuo Italia lire 5.000
estero lire 6.800
semestrale Italia lire 2.500
Autorizzazione n. 5752 24 giugno 1960
Tribunale di Roma.
Tipografia Visigalli-Pasetti arti grafiche Roma

Raccogliere le risposte per questa inchiesta, non è stato facile. Il che spiega fra l'altro il lungo periodo di tempo intercorso fra il primo « lancio » del Questionario, e la « chiusura » redazionale del fascicolo: dal settembre 1971 all'aprile 1972. Con la conseguenza che il Questionario medesimo e certe risposte appaiono talora « datate »; abbastanza indicativo, per esempio, il riferimento a **Love Story.**
Perché è stato tanto difficile raccogliere questi contributi? Perché, di 113 interpellati, hanno risposto soltanto in 36? Perché si sono resi necessari anche solleciti pressanti (soprattutto, per la verità, in direzione delle categorie dei non letterati)? Perché delle varie categorie disciplinari prescelte (scrittori, critici letterari, registi e critici cinematografici, registi e critici televisivi, sociologi, psicologi, antropologi, studiosi delle comunicazioni di massa, eccetera) alcune sono preponderanti (quelle dei letterati), e altre carenti o assenti (dai registi cinematografici, decrescendo via via ai televisivi e agli altri)? Probabilmente sarebbe questa un'altra indagine da fare. Si possono avanzare due ipotesi (tralasciando l'argomento della maggiore disposizione a scrivere di questi problemi, da parte dei letterati; o troppo generico, o troppo complesso per essere affrontato in questa sede).
Su molti autori (di film e telefilm, ma anche di romanzi) può avere influito una certa riluttanza a « scoprirsi » nei confronti di un problema, considerato o troppo ovvio (da chi pensi soprattutto al successo in termini di consumo) o troppo complesso (da chi invece il problema non se lo sia mai consapevolmente posto, per un atteggiamento di sostanziale autosufficienza); mentre i sociologi, antropologi, psicologi, eccetera, potrebbero essere stati poco « toccati » da un problema (quello del Questionario), ritenuto secondario rispetto ad altri, che investono più direttamente e profondamente le strutture della società.
In generale, a parte queste due ipotesi particolari, ha certamente agito la relativamente scarsa conoscenza e maturazione di un complesso di rapporti, soltanto accennato nel Questionario, che richiede ancora sondaggi, penetrazioni e riflessioni ai vari livelli, o comunque una più diffusa e acuta presa di coscienza. Può essere significativa, a questo proposito, la risposta insofferentemente sbrigativa di Antonioni che, pur rappresentando in via di principio una presa di posizione legittima (e niente affatto isolata), rivela chiaramente nella sua mancanza di motivazioni uno stato di disagio.
Le carenze e i vuoti nel quadro disciplinare sopra descritto, si riflettono poi, naturalmente, nella maggiore o minore attenzione prestata a questa o quella domanda del Questionario. Nel senso, anzitutto, che la preponderanza di scrittori e registi e critici, rispetto agli studiosi delle altre discipline, ha portato complessivamente a sviluppare molto il discorso più generale (inizio e fine del Questionario), e poco il discorso più specifico (parte centrale del medesimo).
Il Questionario si proponeva appunto di articolare il problema del destinatario in molte e diverse direzioni, talora in modo volutamente

polemico e anche provocatorio, allo scopo di interessare le varie categorie disciplinari considerate. E bisogna dire che, per quanto riguarda le questioni più generali, le provocazioni sono state accettate ora consapevolmente, con risultati anche interessanti, ora inconsapevolmente, con qualche fraintendimento (soprattutto per quanto riguarda il riferimento iniziale al neorealismo, di cui non è stata sempre colta la trasparente intenzione critica).
Il Questionario si proponeva poi di sviluppare il discorso secondo una triplice angolazione (romanzo, film e telefilm), ricca di interne analogie e differenze, e assai producente oggi; derivandone tra l'altro un suo elemento di novità, rispetto alle precedenti, prevalenti inchieste, dedicate soprattutto al « per chi si scrive ». Una delle difficoltà principali incontrate, è stata indubbiamente quella di inserire in modo funzionale la TV in un tale contesto. Questa difficoltà non derivava tanto dalle profonde differenze che contraddistinguono il fenomeno televisivo da quelli del cinema e del romanzo (differenze che certamente esistono, e che vengono considerate soprattutto in due dei tre saggi introduttivi). Era la stessa impostazione originaria dell'inchiesta, a rendere quell'inserimento inevitabilmente volontaristico, portando il Questionario a « pendere » tutto dalla parte opposta.
L'impostazione di partenza era stata concepita infatti in termini ancora tradizionali, partendo dallo « scrivere » per arrivare al « girare », prima il film e poi il telefilm: secondo una sorta di pregiudizio intellettuale, secondo un criterio quasi di « anzianità », sacralità o prestigio, insidiosamente inconsapevole. Ma ecco che questo schema, nel corso dell'inchiesta, degli incontri con gli interlocutori e con gli autori dei saggi introduttivi, si è venuto modificando.
Dire qui come questo è avvenuto, significherebbe voler anticipare un vasto settore dell'intero fascicolo in poche pagine. Basterà dire che l'ordine ideale implicito nel Questionario, viene capovolto programmaticamente almeno nella successione dei saggi introduttivi, secondo il criterio delle dimensioni di massa e del livello industriale moderno di questo o quel settore di produzione e di consumo culturale: dalla TV al cinema al romanzo. E se il titolo del fascicolo mette ancora lo « scrivere » prima del « girare », è soltanto perché lo « scrivere » rappresenta (oltre che l'operazione di far romanzi da stampare e rilegare e vendere come tali) uno dei momenti preliminari al « girare » stesso, una fase insomma del processo di produzione del teleromanzo o del film.
Tutte queste affermazioni risulteranno assai più motivate (ce lo auguriamo) dai saggi introduttivi e da alcune risposte in particolare. Qui si accennerà ancora ad un punto, che merita di essere sottolineato in apertura: la diffusa presa di coscienza (che risulta dall'insieme dell'inchiesta, pur tra sfumature diverse) della crisi del rapporto autore-pubblico, e anzi addirittura dell'insufficienza di un tale rapporto come schema interpretativo dell'attuale situazione del mercato culturale.

g. c. f.

GIOVANNI CESAREO

Colpisce, nel panorama delle risposte al Questionario proposto da « Bianco e Nero », l'esiguità della presenza di autori e critici televisivi. Colpisce, anche, il posto del tutto marginale che i problemi inerenti la produzione televisiva occupano nelle risposte degli scrittori, dei registi cinematografici, dei critici, in generale. Eppure, nessuno se la sentirebbe di negare, credo, che proprio nell'ambito della produzione televisiva le questioni del rapporto tra autore e pubblico, della esistenza di un destinatario collettivo e delle sue caratteristiche e della sua funzione, si pongono con particolare evidenza.

Le platee televisive si misurano, sempre, in milioni di unità; e vi siedono, gli uni accanto agli altri — in uno spazio ideale che, per usare un'espressione in questo caso tutt'altro che retorica, si estende dalle Alpi alla Sicilia — donne e uomini, giovani e anziani, operai e contadini, « dirigenti » e « dipendenti », padroni e sfruttati. Tanto per citare qualche dato tra i più recenti: il *Pinocchio* di Luigi Comencini ha raggiunto una media di 22 milioni di telespettatori a puntata (e questa volta dinanzi al video c'erano anche i bambini); le due riduzioni dei romanzi di Dürrenmatt — *Il giudice e il suo boia*; *Il sospetto* — hanno potuto contare su platee di quasi 19 milioni di persone; *Il Mulino del Po* di Bacchetti e Sandro Bolchi, *I demoni* di Diego Fabbri e Sandro Bolchi, *Guerra e Pace* di Bondarciuk sono stati « consumati » da 14 milioni di telespettatori alla volta.

E allora? Certo, già il Questionario in questo senso era forse poco stimolante: all'« originale » e allo « sceneggiato » televisivo si accennava solo di passaggio, quasi per obbligo di presenza. Ma questa non è una spiegazione sufficiente: semmai, l'interrogativo ne risulta accentuato. Perché, nell'impostare un'indagine sul pubblico e sul rapporto tra autori e pubblico, si considera solo di scorcio la televisione? Forse perché risulta difficile isolare l'opera singola nel contesto della programmazione televisiva? Forse perché sul video scorrono, serata dopo serata per trecentosessantacinque sere all'anno, « sceneggiati » e film, inchieste giornalistiche e spettacoli musicali, rubriche culturali e di varietà, e quindi può sembrare arbitrario enucleare una problematica specifica che riguardi un « genere » (come si fa per il romanzo o per il film) e lo sceneggiatore o il regista piuttosto che il tecnico, il presentatore, il giornalista, il programmista? Non è un caso che, mentre si è portati a parlare di rapporto tra romanzo e pubblico, o tra film e pubblico, nell'ambito della produzione televisiva si scartano, d'istinto, le distinzioni e ci si riferisce, in blocco, al rapporto tra *televisione* e pubblico.

Non è un caso: anzi, è opportuno partire proprio da qui. Perché questa televisione che si presenta come una sorta di ideale nastro trasportatore di prodotti confezionati in serie, non è per nulla un « bubbone » cresciuto per chissà quali malefizi sul corpo della cultura, non è per nulla un fenomeno anomalo o marginale, e non è nemmeno — contrariamente a quel che molti mostrano di credere — una

TV: LA FRONTIERA PIU' « AVANZATA »

sottobranca dell'industria culturale. La televisione — per meglio dire, la Rai-TV, in Italia — è, nonostante le sue disfunzioni, le sue arretratezze, la sua struttura da « carrozzone » governativo, il « modello », la branca più avanzata dell'industria culturale capitalistica. Ed è già, anche nel nostro paese, il più forte produttore cinematografico; la « casa » che impiega senza dubbio il maggior numero di intellettuali (scrittori, registi, scenografi, critici, giornalisti, docenti, ricercatori) come collaboratori o, direttamente, come « funzionari »; l'impresa che condiziona in misura crescente il mercato culturale e indica all'editoria e al cinema e alle altre branche dell'industria culturale i modi più « redditizi » di produzione e di distribuzione.

La televisione, in realtà, demistifica brutalmente le illusioni residue sulla « libertà » e sull'« autonomia » dell'arte e della cultura, sulla possibilità di conservare o guadagnare spazi privi di condizionamenti; dimostra nei fatti, e senza indulgenze verso atteggiamenti « illuminati », quale posto e quali funzioni la classe dominante voglia e possa assegnare agli intellettuali in ordine alla sua esigenza di perpetuare il suo sistema e la sua egemonia, e di far circolare i « beni dello spirito » (e non soltanto dello spirito, in questa società dei consumi) non solo al suo interno ma anche tra le classi oppresse. Di più. Rivela — e, in questo, si offre oggettivamente come una spia preziosa — il carattere squisitamente politico dei problemi inerenti la produzione culturale e la sua destinazione; le contraddizioni insite nella attuale divisione del lavoro; l'inconsistenza e la gratuità dell'« individualismo artistico »; la impossibilità dell'autore di scegliere i suoi destinatari a prescindere dal canale di distribuzione dei suoi prodotti, e, quindi, l'illusorietà dell'ipotesi di un rapporto « autentico » e « diretto » tra autore (produttore individuale) e pubblico (fruitore collettivo); infine, l'equivoco contenuto nell'ideale di un pubblico « omogeneo », identificabile attraverso alcuni caratteri « medi », magari sulla base di un interclassismo psicologico o « di costume ».

E' una realtà dura da accettare: e forse per questo, spesso, si preferisce ignorarla o tentare di esorcizzarla considerandola marginale e « diversa ». No, la televisione non è « un'altra cosa », non si colloca affatto fuori del quadro, ma al suo centro esatto. Non è che in televisione l'« autore » non esista o sia da configurare in termini non riscontrabili altrove: la verità è che l'autore televisivo è costretto a consumare fino in fondo il suo « individualismo artistico » e ad alienare totalmente i prodotti del suo lavoro, vendendoli all'organismo che li ha commissionati e che intende distribuirli. Le discussioni sulla definizione del « diritto d'autore » si trascinano da anni negli organismi televisivi di tutti i paesi capitalistici e non trovano uno sbocco; la Rai-TV impone ai suoi collaboratori un contratto che comporta la rinuncia a qualsiasi diritto sull'« opera », considerata, dal momento dell'acquisto in poi, puro e semplice « materiale » di proprietà dell'ente radiotelevisivo (è accaduto più volte che « opere » televisive siano state

tranquillamente trasmesse dopo che l'autore aveva ritirato la sua firma; è accaduto anche che « opere » acquistate da organismi televisivi stranieri siano state rimaneggiate e trasmesse con la firma di un nuovo « autore »; è accaduto che siano stati adoperati brani o spezzoni di « opere » senza nemmeno citarne la paternità o la provenienza).

Fin dall'inizio, quindi, emerge prepotente la contraddizione: la televisione è, tra le branche dell'industria culturale, quella che sembra offrire all'autore maggiori possibilità di un rapporto con un destinatario di massa, già pronto e sempre disponibile; e, nel contempo, è quella che più decisamente e più evidentemente inficia questo rapporto. E, ancor prima, la televisione sembra porsi come il canale più capace di raccogliere un pubblico di massa, relativamente omogeneo, e, nel contempo, è costretta a rilevare essa stessa la realtà profondamente differenziata e contraddittoria che si nasconde dietro l'immagine delle sterminate platee che assistono quotidianamente ai suoi programmi.

Come ogni organismo televisivo del mondo, la Rai-TV dispone di uno strumento d'indagine sul pubblico, il Servizio Opinioni, che produce continuamente dati di grande interesse (pur nei loro limiti), che vengono generalmente ignorati al di fuori dell'ambito aziendale. Dati certamente ricercati e confezionati, nelle intenzioni del potere televisivo, allo scopo di trarne indicazioni utili a perfezionare il prodotto e ad incrementare il profitto politico-culturale (il profitto economico, non lo si dimentichi, è acquisito sempre in anticipo, attraverso gli abbonamenti, per le TV a gestione pubblica): e che, tuttavia, se sottoposti a un'attenta riflessione, possono fornire indicazioni di tutt'altra natura.

Proprio in queste settimane sono stati pubblicati i dati ottenuti attraverso una indagine condotta, nell'aprile del 1969, su un vasto campione di teleabbonati (dai 15 anni in su; abituati ad assistere ai programmi televisivi spesso o, addirittura, tutti i giorni). Rielaborando questi dati con il calcolatore secondo determinati criteri, i curatori dell'indagine sono giunti a costituire cinque gruppi, caratterizzati da un diverso atteggiamento nei riguardi della programmazione televisiva e, più in generale, della funzione « ideale » della televisione: gli « impegnati », gli « entusiasti », gli « indifferenti », i « medi », gli « evasivi ». E' una ripartizione che vale la pena di seguire, perché se ne possono trarre utili spunti di riflessione.

Gli « impegnati » costituirebbero il 14 per cento dell'universo dei teleabbonati: e sono coloro che attribuiscono alla TV soprattutto il compito di « informare » e di « istruire-educare », più che di « divertire-riposare ». Dichiarano di preferire, accanto al Telegiornale, i programmi culturali e giornalistici.

Gli « entusiasti » (16 per cento) apprezzano in grado altissimo tutta la programmazione nel suo complesso e dimostrano di credere ad una funzione « integrale » della TV.

Gli « indifferenti » (18 per cento) sono, all'opposto, coloro che manifestano un marcato distacco nei confronti del mezzo: ritengono che la TV abbia una funzione di scarso rilievo in tutti i sensi; si dichiarano soprattutto interessati al Telegiornale, e seguono raramente i programmi culturali.

I « medi » (33 per cento) sono coloro che, secondo i curatori dell'indagine, più si avvicinano all'immagine del « telespettatore medio », appunto: dichiarano di attribuire alla TV soprattutto la funzione di educare e di informare, ma poi, nei fatti, manifestano le loro preferenze per i film, i telefilm, gli spettacoli musicali, i giuochi a quiz.

Gli « evasivi », infine, (19 per cento) attribuiscono esplicitamente alla TV soprattutto il compito di « divertire-riposare », e, coerentemente, dichiarano di seguire quasi esclusivamente i programmi « leggeri ».

Ora, è interessante constatare come gli atteggiamenti in base ai quali sono stati definiti i cinque gruppi non risultino essere un fatto esclusivamente soggettivo,

frutto di inclinazioni meramente personali. Esiste un rapporto tra questi atteggiamenti e alcune caratteristiche oggettive degli intervistati. Per esempio, in rapporto al grado di istruzione si può rilevare che la maggioranza assoluta, schiacciante del gruppo degli « evasivi » è costituita dai teleabbonati con al massimo la licenza elementare; i quali, d'altra parte, costituiscono anche la percentuale più nutrita (oltre la metà) del gruppo dei « medi » e degli « indifferenti ». Quest'ultimo dato può essere indicativo, soprattutto se si considera che, per converso, i laureati, assenti dal gruppo degli « evasivi », sono in percentuale maggiore tra gli « entusiasti » che tra gli « indifferenti » (essendo presenti soprattutto tra gli « impegnati »). Gli « impegnati » sono, poi, quasi per la metà, teleabbonati con licenza di scuola media superiore; mentre i teleabbonati con licenza di scuola media inferiore si collocano in forze tra gli « entusiasti », oltre che tra i « medi ».

Una verifica a livello delle categorie economico-sociali, quali le definisce la sociologia corrente, rivela che i teleabbonati di categoria « inferiore » dominano tra gli « evasivi » e tra gli « indifferenti » (qui più che là), mentre gli appartenenti alla categoria « superiore » e « media superiore » segnano alte percentuali soprattutto tra gli « impegnati » e tra gli « entusiasti », la cui maggioranza è costituita decisamente da coloro che appartengono alla categoria « media ». La categoria « media inferiore » costituisce, invece, la maggioranza tra gli « evasivi ».
Infine, le casalinghe formano un gruppo compatto tra gli « evasivi » (il 43 per cento); i dirigenti e i liberi professionisti sono presenti, soprattutto, tra gli « impegnati »; gli operai costituiscono una percentuale relativamente alta tra gli « evasivi », tra i « medi » e tra gli « indifferenti » (qui si trova la loro percentuale più alta); mentre impiegati di concetto, artigiani e commercianti dominano tra gli « entusiasti » (gli impiegati di concetto costituiscono, dal canto loro, la percentuale più alta degli « impegnati »).

La prima riflessione possibile è questa: il pubblico televisivo non ha affatto atteggiamenti omogenei (anche se si può notare una certa tendenza dominante, tra la maggioranza dei telespettatori, a fruire del mezzo televisivo, nei fatti, in funzione di « evasione » e di « riposo »), e i suoi atteggiamenti si differenziano in ordine ai diversi « generi », al « tipo » di programma, piuttosto che in ordine al contenuto specifico di ciascuna trasmissione. Questi atteggiamenti, che si potrebbero definire aprioristici, che somigliano ad abitudini (e che, come vedremo, sono favoriti largamente dai programmatori della Rai-TV), sono in rapporto con i modi di vita e la condizione di classe di ciascuno. Si può affermare, cioè, che la fruizione televisiva si caratterizza a partire dalle condizioni di vita e di classe più che a partire dai programmi: sul modo di porsi del telespettatore influisce di più la realtà economico-sociale generale, con le sue relative implicazioni culturali, che il contenuto e la struttura del programma. L'autore e l'opera, che apparentemente godono della possibilità di instaurare un rapporto con il pubblico più vasto (al di là della mediazione della struttura televisiva, della quale parleremo più avanti), si trovano in realtà a dover fare i conti con *questo* pubblico, così predeterminato.

Se l'indagine fosse stata condotta in modo più corretto e approfondito, adoperando criteri diversi, allo scopo diretto di accertare il rapporto intercorrente tra atteggiamenti soggettivi e condizione di classe, la riflessione potrebbe essere oggi portata più avanti. Nel loro voluminoso studio *La televisione nella vita dei nostri figli* (pubblicato in Italia dall'editore Franco Angeli), tre ricercatori americani, Schramm, Lyle e Parker, hanno dimostrato con sufficiente serietà come la televisione possa essere adoperata dal pubblico dei ragazzi in due diverse funzioni: « fantastico-evasiva » e « realistico-informativa ». E hanno dimostrato quanto, nell'un senso e nell'altro, influisca la componente di classe, in un processo che registra una crescente stratificazione tra i giovani telespettatori col maturare degli anni.

Non può stupire, del resto, per tornare all'indagine italiana, che l'atteggiamento di un operaio dinanzi al video, la sera, dopo otto ore trascorse in fabbrica alla

catena, sia determinato più dalla stanchezza fisica che dal contenuto del programma in trasmissione. E può essere altamente significativo il fatto che i teleabbonati di categoria « inferiore », e in particolare gli operai, siano tanto spesso « indifferenti » alla televisione, ne avvertano la « estraneità » (mentre le persone di categoria « media » se ne dicano « entusiasti »): dal punto di vista della Rai-TV, questo atteggiamento è certamente negativo per chi lo nutre, ma da un punto di vista di classe esso può essere considerato positivo e confortante. E' legittimo che, in una programmazione tesa complessivamente a veicolare « valori » e « modelli » borghesi e piccolo-borghesi e a confermare la validità globale del sistema, le persone appartenenti alle classi più duramente e direttamente oppresse non cerchino nulla di particolare e, semmai, adottino un atteggiamento « disimpegnato », incline al « riposo » e all'« evasione »: non c'è proprio da scandalizzarsene. C'è, piuttosto, da preoccuparsi per il fatto che un simile atteggiamento possa estendersi poi, per contagio, ad altri aspetti della realtà; e non si deve dimenticare, d'altra parte, che anche attraverso il « riposo » e l'« evasione » filtrano i « messaggi » della emittente.

Non si può non presumere, comunque, che simili atteggiamenti tendano a rimanere fermi anche in presenza di eventuali « opere » che potrebbero sollecitarne, invece, di opposti: ed è appunto qui che si constata la totale incertezza del rapporto tra singolo autore e pubblico, in prima istanza. E' vero che esistono casi nei quali i dati sembrano contraddire le ipotesi più solide: nel 1966, ad esempio, il *Francesco d'Assisi* di Liliana Cavani (cui assistettero una media di 12 milioni di telespettatori) ottenne presso le persone munite soltanto di licenza elementare un indice di gradimento pari a 72 e tra i laureati un indice pari a 49; nel 1968, il *Circolo Pickwick* di Ugo Gregoretti, uno dei teleromanzi meno « graditi » in assoluto (e, invece, per molti versi molto originale e interessante, ma, nel contempo, del tutto inconsueto e, quindi, di notevole « impegno »), fu accolto peggio dai laureati che da coloro che avevano una istruzione elementare. Ma è pur vero che si tratta di eccezioni, che il termine di riferimento (il grado di istruzione) è insufficiente, da solo, a fornirci indicazioni significative, e, infine, che l'indice di gradimento è, tra i dati rilevati dal Servizio Opinioni, certamente il più vago e mistificante.

D'altra parte, è a questo punto che interviene l'influenza della Rai-TV, quale canale di distribuzione. I programmatori (coloro, cioè, che sono chiamati a costruire la struttura delle serate televisive) tendono, per un verso, a omogeneizzare il più possibile il pubblico ai livelli più bassi, e, per l'altro, a stratificare la platea televisiva — proprio sulla scorta delle indagini del Servizio Opinioni — puntando sulla cristallizzazione delle diverse « udienze » e sulla codificazione degli atteggiamenti in abitudini passive.

Già la ripartizione della programmazione in tre settori — « informativo », « culturale », « spettacolo » — e in « generi » — « sceneggiato », « documentario », « varietà », ecc. — mira oggettivamente a questi scopi. I tre settori, infatti, vengono accreditati contro ogni logica come qualificanti in ordine alla possibile fruizione dei singoli programmi: anche l'indagine citata si uniforma a questi criteri.

Lo « spettacolo », così, diventa sinonimo di « evasione »: ma in esso possono essere compresi film come *La corazzata Potemkin* e drammi come *Un uomo è un uomo* e teleromanzi come *Le terre del Sacramento.* I « culturali » sono accreditati come programmi « accademico-didascalici » (e, in definitiva, noiosi), ma possono includere un'inchiesta come *Il bambino e noi* di Comencini o indagini di taglio narrativo-ragionato su temi di pressante attualità o dibattiti su avvenimenti di storia recente; e sono presentati come programmi da vedere necessariamente con « impegno », mentre possono annoverare serie che potrebbero definirsi « di avventure » quali *L'enciclopedia del mare* o *Uomo e magia.* Il settore « informativo », che è forse il meno mistificato, si accredita come quello destinato a fornire il maggior numero di notizie legate alla cronaca e all'attualità, mentre, non di rado, produce programmi di propaganda governativa e dibattiti rituali (a parte

la disinformazione quotidiana diffusa dalle varie edizioni del Telegiornale). Le concezioni insite in questa ripartizione finiscono per trasmettersi al pubblico, che inevitabilmente tende a conformarvi il proprio atteggiamento e a scegliere di conseguenza. La programmazione giunge così ai telespettatori già ben definita nei suoi blocchi, sì che ciascuno presume di sapere in anticipo che cosa gli darà « riposo » e « divertimento » e che cosa gli causerà noia o fatica. Si aggiunga che tutte le trasmissioni televisive costituiscono un'occasione unica (nessun ripensamento è possibile sulla base delle impressioni o del giudizio di altri che possono aver già visto il programma, critici e no) e che l'informazione preventiva dei telespettatori è scarsissima, né la Rai-TV tende a facilitarla.

Si può notare di passaggio che simili sistemi di ripartizione per « generi » si sono da tempo affermati anche nel cinema — e sia pure in modo meno rigido — e vanno diventando di uso comune anche nel campo dell'editoria. Si pensi alle qualificazioni che i quotidiani affibbiano ai film, nelle pagine dei « tamburini »; si veda il modo nel quale, ormai, alcuni settimanali, in particolari femminili, presentano le novità librarie.

Il telespettatore, dunque, si predispone alla visione di un programma in un certo stato d'animo, si potrebbe anche dire a certi fini (per « riposarsi » o per « educarsi » o per « informarsi »): è scorretto ipotizzare che ciò comporti, poi, una determinata « lettura » del programma stesso in chiave « evasiva » o « impegnata », al di là dei contenuti specifici? Certo, la soddisfazione o la delusione (e, quindi, il rifiuto), magari espressi poi nel relativo indice di gradimento, dipendono anche, in buona parte, da questo tipo di aspettativa. Qui, il condizionamento della realtà quotidiana e l'influenza del canale di distribuzione si addizionano: il rapporto tra « opera » e pubblico risulta dagli effetti di questa operazione.

Tanto più che i programmatori giocano pesantemente su quella aspettativa attraverso la collocazione dei programmi. Alla ripartizione in settori e in « generi », infatti, corrisponde la ripartizione degli spazi: ogni spazio corrisponde a una presunta e voluta aspettativa, quindi a un presunto e voluto atteggiamento del telespettatore. Attraverso il gioco dei canali, degli orari, delle alternative, i programmatori cercano di scegliere il pubblico e di guidare la « lettura » dei programmi. Solitamente, fanno sì che determinati programmi « evasivi » abbiano successo presso le platee più vaste; che determinati programmi « impegnati » giungano a platee più ristrette; che determinati programmi « avanzati » siano visti da un pubblico che si può presumere, in partenza, più selezionato e smaliziato. Può avvenire, e avviene, così, che un autore si sforzi, ad esempio, di semplificare il suo discorso, di « colorirlo », nella speranza che il pubblico più vasto lo apprezzi meglio: con il risultato che i telespettatori ai quali quel discorso giungerà effettivamente, finiranno poi per trovarlo, magari, inutile, perché, appunto, predisposti ad altro livello. Oppure può avvenire e avviene, ancora più spesso, che un autore si illuda di colpire il telespettatore attraverso determinate battute e determinate scene, senza immaginare che la predisposizione del pubblico renderà marginali quelle battute e quelle scene o, addirittura, orienterà l'ascolto e la visione in modo tale che i significati e i contenuti, il « messaggio » diciamo, potranno risultare di segno opposto a quello sperato.

Naturalmente, un simile processo non si svolge senza sorprese e contraddizioni: se le speranze e i calcoli dell'autore vengono vanificati dai condizionamenti della realtà e del canale, non si può dire che lo stesso non possa accadere anche ai programmatori. I quali, però, cercano di ridurre le variabili (e, quindi, la polivalenza possibile dell'« opera ») suggerendo alcune regole di confezione. Proprio a questo servono le indagini sulla ricezione dei programmi, condotte sempre in rapporto al gradimento: verificare quali ingredienti, quale impostazione, quali caratteristiche corrispondano meglio alle aspettative e alla chiave di « lettura » da essi stessi preferite. Lo vedremo in particolare quando parleremo, specificatamente, degli « sceneggiati ». In questo modo, si consolidano e si sviluppano gli atteggiamenti aprioristici, cioè le abitudini: in parte ci si adatta a un certo tipo

di fruizione e in parte lo si induce, dialetticamente, e si « consigliano » gli autori a tenerne conto. Il premio sarà il successo: ma un successo che si collocherà nel senso voluto, il più possibile, e realizzerà il profitto politico-culturale che ci si riprometteva, al di là delle scelte e della volontà dell'autore. In questo processo, la « popolarità » tende ad autoriprodursi.

La disponibilità fisica, la vastità del destinatario collettivo non aprono affatto — in queste condizioni — la possibilità di un rapporto « autentico ». I milioni di telespettatori sono disponibili per la televisione: non per la singola « opera », né tanto meno per il « colloquio » con l'autore. La fruizione collettiva è un rito che ha cadenze sulle quali l'« opera » finisce oggettivamente per modellarsi, sì che il « messaggio » viene recepito per certe parti e non per altre, e viene « letto » in certe chiavi e non in altre. Per ottenere un rapporto « autentico » l'autore dovrebbe essere in grado di contraddire quelle cadenze, di forzare quelle chiavi: ma il canale glielo impedisce. Glielo impedisce anche perché un risultato, in questi casi, si ottiene sul lungo periodo: altrimenti — e non mancano gli esempi — la contraddizione produce semplicemente la « sorpresa », la « delusione » e, in ultima analisi, il rifiuto. In una certa misura, il meccanismo funziona ormai quasi spontaneamente: al punto che gli stessi programmatori finiscono per esserne condizionati.

D'altra parte, potrebbe anche sembrare che, nella misura in cui la Rai-TV dispone di strumenti di indagine sugli atteggiamenti del pubblico, l'autore sia in grado di scegliere con maggiore sicurezza i suoi destinatari, a differenza dello scrittore che produce nel chiuso della sua cameretta o del regista che « gira » sul set. E, invece, non è affatto così. L'autore televisivo conosce, semmai, le condizioni cui è legato il « gradimento », ma non le motivazioni che le determinano, sulle quali il Servizio Opinioni non indaga al di là del « conveniente ». E, del resto, le indagini sono sempre compiute a posteriori: i telespettatori interrogati, cioè, si trovano a poter indicare le loro preferenze soltanto nell'ambito delle alternative date. Infine, l'autore non può mai essere sicuro in anticipo della collocazione della sua « opera »: un semplice tratto di penna basta a « spiazzarlo » quando egli non è più in grado di far nulla, perché l'« opera » non è più nemmeno sua.

La verità è che l'autore risponde soltanto ai programmatori; il suo rapporto « autentico » è con l'organismo committente; il suo unico destinatario è « la televisione », per la quale, in generale, milioni di persone sono disponibili ogni sera. E' definitivamente fugata, quindi, ogni illusione di un possibile « colloquio »: o dovrebbe esserlo. Qui non si può nemmeno asserire: « lavoro per me stesso o per i miei amici », anche perché una simile impostazione, in presenza di un mezzo di comunicazione che coinvolge regolarmente una platea sterminata, apparirebbe mostruosa. E così, accade che proprio gli autori televisivi, a dispetto della loro totale alienazione, affermino spesso di « rivolgersi direttamente al pubblico » o di lavorare per milioni di persone.

Ma a questo punto c'è da chiedersi se la televisione sia davvero una sorta di « caso a parte ». C'è chi lo sostiene in senso negativo e chi lo afferma in senso positivo, indicando i compiti di « elevazione » delle masse che essa potrebbe assolvere. In realtà, la televisione non si colloca affatto in un limbo posto vagamente al di sopra (o al di sotto) della società: è semplicemente un organismo, un mezzo di comunicazione immerso nella società. In quella stessa società di cui fanno parte il pubblico e gli autori. E i programmatori, naturalmente. Quando si dice che i condizionamenti indotti dalla televisione si addizionano a quelli indotti dalla realtà quotidiana, si dice questo. In definitiva è il sistema sociale che crea determinate esigenze e aspettative, o, quanto meno, tende a crearle: la televisione non fa che confermarle e sforzarsi di rispondervi. La televisione non è solo « condizionante »: è, a sua volta, « condizionata ». Il potere televisivo è subordinato al potere politico: è uno strumento della classe dominante, pur nelle sue contraddizioni. La sua « particolarità » sta nell'esserlo esplicitamente, scoper-

tamente, là dove altri strumenti di comunicazione, altri canali di distribuzione riescono forse meglio ad automistificarsi.

L'autore televisivo, se lo vuole, può prendere coscienza più facilmente della sua alienazione; può constatare meglio la sua impossibilità di indirizzarsi a un « destinatario collettivo » e, insieme, è obbligato a rinunciare al tentativo di ritagliarsi la sua « libertà » nello scrivere per se stesso e nel produrre per una ristretta cerchia di suoi simili. In televisione le élites si misurano in centinaia di migliaia di unità; e i « circuiti alternativi » non sono immaginabili.

Ma, dunque, c'è da rimpiangere qualcosa? C'è da rimpiangere, ad esempio, di non poter più produrre « nella sola e folle speranza di piacere al proprio nonno », secondo l'espressione di Sartre citata da Caruso nella sua risposta? Oppure di non potersi più porre come « interpreti del proprio tempo », come « la voce del popolo »? Ma questo è davvero mai accaduto? Gli intellettuali non hanno forse « testimoniato » sempre per la propria classe? E cioè per la classe dominante; che li aveva allevati e formati? E quando sono entrati in conflitto con la propria classe non sono stati, per lo più, ridotti al silenzio? E coloro che, coscienti della divisione della società in classi e decisi a lavorare per una classe oppressa, che non era la loro, non hanno forse dovuto affidarsi, semmai, al futuro, nello scegliersi i loro ideali interlocutori? « Sì, verrà un tempo — che a quei savi e cortesi — pieni d'ira e di speranza, — che sulla nuda terra si posero per scrivere — nel cerchio di chi era in basso e di chi lottava — sarà data pubblica lode », scriveva Brecht nel 1939. Verrà un tempo... Che non era quello nel quale scriveva lui. E non è nemmeno il presente. Tanti anni dopo, la « pubblica lode » — tale da ridurlo addirittura ad autore di moda — è stata tributata a Brecht ancora e soprattutto nel cerchio del pubblico delle « prime teatrali », (non certo popolato di gente che è « in basso » e che lotta), in chiave di « riposo » e di « divertimento » — beffa suprema per colui che predicava la « linea di condotta »?

Eppure, l'esempio di Brecht è significativo anche per altro verso: non è certo un caso che la televisione lo abbia ignorato, in Italia, per oltre quindici anni. Può essere avanzata l'ipotesi che si temesse la sua capacità di utilizzare finalmente la disponibilità del grande pubblico televisivo per sincronizzarsi con le esigenze più profonde di una parte di esso, al di là delle aspettative indotte e dei condizionamenti aprioristici? Sta di fatto che, recentemente, il debutto di Brecht sul video è stato collocato in una posizione « sicura », tale da ridurre al minimo qualsiasi rischio e da neutralizzare quella temuta capacità.

Ma allora, non si può forse dire che il « fenomeno » televisivo mette oggettivamente in questione, senza lasciar spazio alle illusioni, il rapporto intellettuale-classe-società e il ruolo stesso dell'intellettuale in questo sistema? E in questo caso, i condizionamenti dei quali abbiamo parlato, l'obbligo a una totale alienazione, la vanificazione, in una società divisa in classi, di ogni mitica prospettiva di un destinatario collettivo omogeneo e partecipante, vanno considerati con dispetto, come un'amara prigione cui ci si debba, semmai, adattare per poco tempo e in funzione puramente « alimentare », cullandosi nella speranza di rinvenire altrove spazi « liberi » e « autonomi »? Oppure non si deve considerare la televisione come un approdo salutare e, insieme, come un utile punto di partenza?

Se prende coscienza dei condizionamenti reali cui è sottoposto — non solo dal committente, ma dalla dinamica sociale e dai rapporti di produzione — e, invece di cercare inutilmente di sottrarvisi, decide di lavorare proprio a partire dalla sua condizione di alienato e di sfruttato, l'autore forse può cominciare a entrare, almeno su questo piano, in sintonia con gli alienati e gli sfruttati che fanno parte del pubblico potenziale. E questa può essere già una scelta « autentica ». La televisione, in questo senso, proprio per le sue caratteristiche di « fabbrica della cultura » può essere il posto migliore, non il peggiore.

Essa, infatti, proprio in quanto branca più avanzata dell'industria culturale, proprio in quanto strumento prediletto della classe dominante, è più esposta alle

contraddizioni insite nella dinamica sociale. La prima delle quali è questa: che alla necessità di tener conto dei bisogni delle masse oppresse, di accarezzarli in qualche modo e perfino di stimolarli (per poter meglio sfruttare il mercato e distribuire la merce culturale), fa riscontro la necessità altrettanto inderogabile di comprimere, modificare e mistificare quei bisogni (per consolidare il dominio della classe al potere). Così, la televisione deve cercare di ottenere il « gradimento » del pubblico e, insieme, di diffondere « messaggi » omogenei agli interessi della classe dominante e, quindi, contrarî alle esigenze e alle aspirazioni più profonde delle classi oppresse, che del pubblico sono la maggioranza. Il programmatore non può che partire dalla « domanda » del pubblico, ma in realtà solo per cercare di adeguarla alla « risposta » che gli è già stata prescritta dal suo autentico committente, che è il potere politico. Il che non è certo facile, dal momento che questo processo non avviene affatto in condizioni ottimali, né in una sorta di zona franca nella quale sia possibile rimuovere meccanicamente determinate esigenze e determinate aspettative per sostituirle con altre. Non è un caso che, come abbiamo visto, nonostante gli sforzi e i meccanismi messi a punto, il « messaggio » più « gradito » finisce con l'essere, presso le classi « inferiori », quello che spinge verso l'evasione: l'« impegno » o l'« entusiasmo » sono assai più difficili da ottenere, e, non di rado, non si va al di là di una generica « indifferenza ». E l'evasione è senza dubbio comoda per la classe dominante, in quanto favorisce la passività degli oppressi: ma non consegue durevoli effetti « formativi », né costituisce una solida base di consenso. Si noti, ad esempio, che per attrarre il gruppo degli « indifferenti », secondo l'indagine già citata, sarebbe necessario insistere soprattutto sui temi del lavoro e della salute, quanto mai rischiosi nell'attuale situazione.

E' all'interno di questa contraddizione che l'autore potrebbe lavorare. Lottando contro la omogeneizzazione del pubblico e mirando a provocare contrasti ed esigenze di scelta tra i telespettatori (è la strada che Godard, in alcune interviste recenti a proposito del suo film *Tout va bien*, dice di aver scelto per combattere i condizionamenti imposti dal cinema, per rinnovare il linguaggio cinematografico « nel senso del materialismo dialettico »). Accentuando la contraddizione e, quindi, cercando di sintonizzarsi con le tensioni esistenti in una o nell'altra parte del pubblico. Sperimentando i possibili modi di una unità militante con i lavoratori che stanno dinanzi al video e che potrebbero essere chiamati a partecipare, prima, al processo produttivo e, poi, al controllo dal basso degli spazi destinati, di volta in volta, al prodotto.

Non è affatto pacifico, infatti, che la partecipazione dei telespettatori debba essere limitata allo stadio della ricezione, in ordine alla decodifica dei significati dell'« opera » o alla possibilità di completare l'« opera » attraverso la prassi. In televisione si può andare assai più in là sulla strada della produzione collettiva. Già lo dimostra l'esperienza, anche se a un diverso livello e per scopi non certo omogenei a quelli indicati. Spesso, alla produzione dell'« opera » televisiva partecipano direttamente, con interventi dall'interno, i « fiduciarî » dell'ente televisivo: soprattutto per imporre il rispetto delle « regole » (e anche per questo, parlare di censura in senso tradizionale è del tutto inadeguato in rapporto alla produzione televisiva), ma anche, talvolta, per frenare nell'autore la tendenza a parlare con se stesso, a lavorare semplicemente per « piacere al proprio nonno ». Del resto, un simile modo di produzione non è del tutto ignoto al cinema e si può riscontrare anche nell'editoria più « industrializzata » (negli Stati Uniti, i « funzionari » delle maggiori case editrici non solo suggeriscono agli autori come riscrivere intere parti di romanzi e racconti, ma intervengono anche direttamente nella elaborazione del materiale).

Qui, però, si tratta di partecipazione del committente al processo produttivo. Tra l'altro, si manifesta ancora una volta, in questo caso, lo scoperto carattere *politico* di tutta la produzione televisiva: il committente mostra di aver chiari abbastanza i « modelli » e i « valori » che il messaggio deve contenere. Ma è

ipotizzabile, sulla stessa base, anche se con segno diverso o opposto, la partecipazione dei destinatarî?

Quando si parla di « unità di base », che potrebbero essere destinate anche a produrre programmi da imporre, poi, dal basso — prospettando così l'apertura della produzione e della programmazione televisiva alla lotta di classe, da condurre attraverso un rapporto dialettico e, insieme, di unità, tra autori tradizionalmente intesi, tecnici, programmisti e lavoratori-utenti — è a questa ipotesi che si fa riferimento. Proprio a partire dai condizionamenti cui l'autore è sottoposto e dalla coscienza che egli, da solo, non può mutare la sua funzione e i rapporti di produzione che segnano, oggi, il suo lavoro.

Può essere interessante verificare, nei limiti consentiti dalle indagini del Servizio Opinioni, i diversi atteggiamenti rscontrabili nel pubblico verso lo « sceneggiato » (teleromanzo) e alcune motivazioni rilevate finora in ordine al gradimento di questo « genere ».

Innanzitutto, si constata che nella graduatoria degli interessi del pubblico, considerato nel suo insieme, il teleromanzo occupa oggi il quinto posto: nel '61 questo « genere » era al settimo posto, nel '64 salì al terzo, e poi ridiscese al settimo (il balzo del '64 potrebbe anche essere messo in rapporto con la trasmissione della *Cittadella*, lo sceneggiato più « gradito » dell'intera storia della televisione fino a quel momento).

Se si prendono in esame i gruppi enucleati dall'indagine più volte citata, si può constatare che il teleromanzo occupa: l'ottavo posto presso gli « impegnati », il sesto presso gli « entusiasti », il decimo presso gli « indifferenti », il quinto presso i « medi », e il quarto presso gli « evasivi ». Nella graduatoria generale, prima del teleromanzo vengono, nell'ordine, i film, il Telegiornale, i telefilm, le canzoni e la musica leggera.

In un'analisi dettagliata, anche se condotta secondo i metodi tradizionali, sulle « variabili » in ordine al gradimento dei teleromanzi trasmessi tra il '65 e il '68, Maria Antonietta Libri Santoro constata che da questo « genere » ci si attende, in generale, uno stimolo all'« evasione »: è in questa chiave che, anche secondo altre indagini operate in precedenza e successivamente, avviene prevalentemente la ricezione. Esaminando gli indici di gradimento in rapporto ad alcuni parametri di carattere formale e contenutistico, fissati in precedenza da gruppi di analisti, la Libri Santoro conclude che il gradimento più alto è strettamente correlato con « l'elevata possibilità di identificazione », innanzitutto. Si considera anche importante che gli sceneggiati trattino di vicende di carattere familiare, che siano facilmente comprensibili, che il taglio della narrazione sia « verosimile » e non « caricaturale ». La partecipazione, basata appunto sulle possibilità di identificazione, avviene sul piano emotivo, si dice, mai critico o ragionato. Infine, il carattere della conclusione non sembra contare in sé e per sé: tuttavia, le conclusioni « deprimenti » o problematiche diminuiscono l'indice di un teleromanzo gradito, mentre il lieto fine lo accresce.

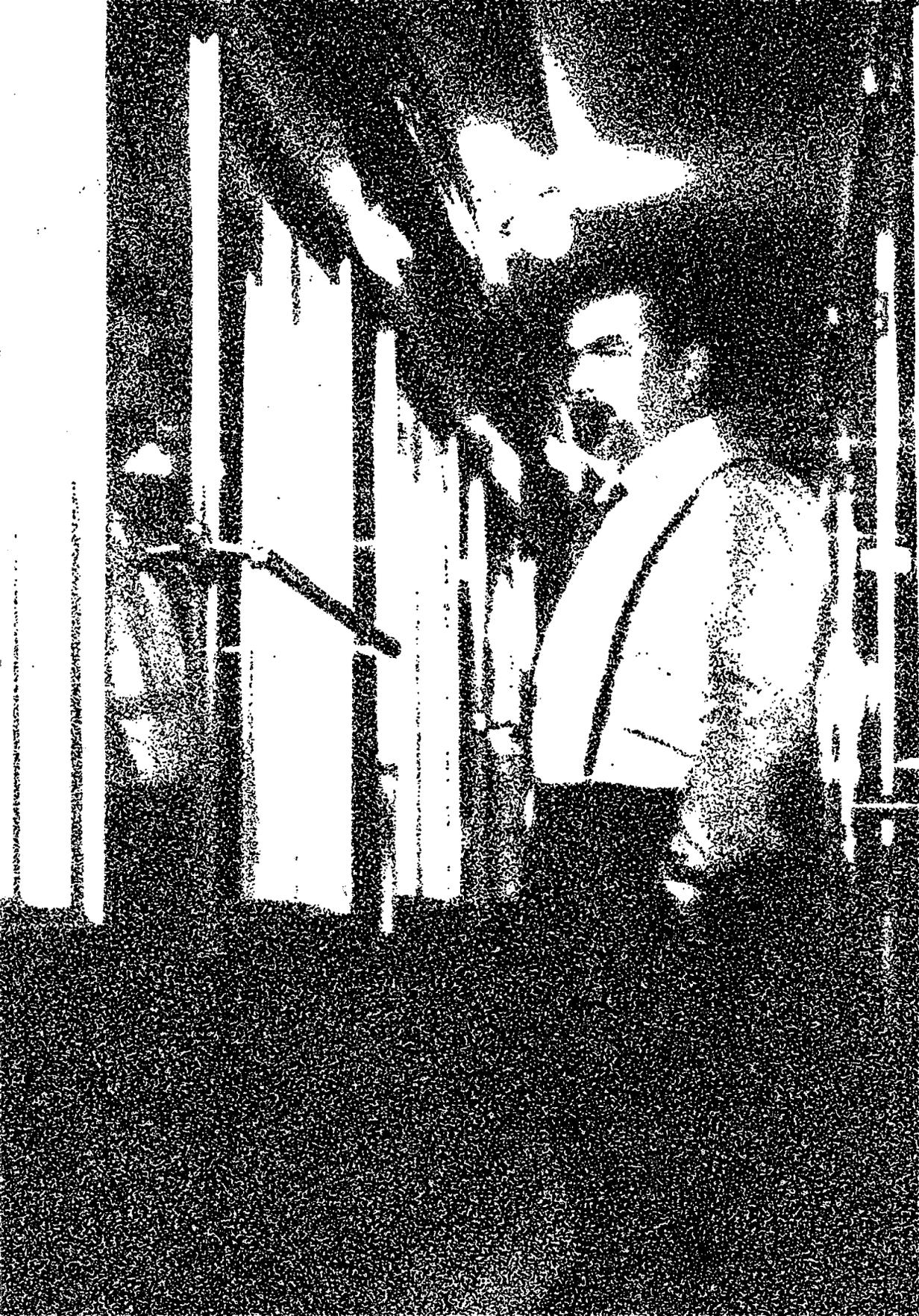
La conferma di questi risultati viene offerta dalla Libri Santoro attraverso l'indicazione degli indici di gradimento dei trentadue teleromanzi, degli otto « originali », dei quattro « sceneggiati culturali » trasmessi nel periodo considerato per un complesso di circa duecento ore di trasmissione. I cinque teleromanzi più graditi, in assoluto, furono: *Le inchieste del commissario Maigret*, l'*Odissea*, il *David Copperfield*, *La figlia del capitano*, *Melissa* (è malizioso notare che, nell'arco della intera analisi, non viene citato un solo nome di autore?). Agli ultimi posti in graduatoria si collocarono *La coscienza di Zeno*, *Oblomov*, *Tartarino sulle Alpi*, il *Circolo Pickwick* (uno degli indici più bassi della storia televisiva). La media dell'ascolto, che ovviamente va sempre considerata in rapporto agli indici di gradimento, fu di 13 milioni di persone a puntata sul primo canale e di 7 milioni e trecentomila sul secondo.

Nel mettere il gradimento in rapporto al grado di istruzione (gli altri termini di riferimento sono il sesso e l'età) la Libri Santoro conferma le sue diagnosi ma fa anche alcune constatazioni particolari. I laureati mostrarono di preferire, innanzitutto, *Le inchieste di Maigret* e *Melissa*, che invece si collocarono al secondo e quarto posto tra le preferenze delle persone fornite di licenza elementare. Al primo posto, per queste ultime, si piazzò il *David Copperfield* (uno dei grandi successi televisivi « di tutti i tempi », per dirla con il linguaggio dei banditori), mentre al quarto posto per i laureati si fece luce un'altra serie di *Maigret*. La differenza più marcata tra laureati ed « elementari » si rivela solo quando si passa al quinto posto in graduatoria: occupato dalla *Figlia del capitano* nelle preferenze dei meno istruiti, e dalla *Vita di Dante* nelle preferenze degli altri. Un certo grado di omogeneità nell'« evasione », quindi, sembra essere stato raggiunto, almeno sulla base della buona confezione.

Le considerazioni della Libri Santoro si ritrovano puntualmente, con qualche variazione marginale, in altre analisi compiute dal Servizio Opinioni tra il '61 e il '64 e nel '66. Nel '66 viene rilevata come componente abbastanza importante del gradimento anche la notorietà degli interpreti, e si indica che « giocano positivamente le situazioni di carattere familiare, negativamente quelle di carattere sociale o collettivo »; che la « affermazione di valori » viene preferita alla « contraddizione di valori » e anche alla « discussione di valori »; che i contrasti « morali, affettivi e di interessi » vengono graditi, mentre non vengono graditi i contrasti « interiori o patologici ». Tutte le indagini considerano la « centralità » del tema (e cioè la sua vicinanza agli interessi ritenuti « vitali » dal pubblico) come un fattore positivo: e includono in questa categoria, le vicende imperniate su « problemi umani di sfruttamento, di miseria di individui o di gruppi ». E, tuttavia, sembra si debba dedurre che simili vicende vengono poi vissute in chiave « evasiva », di semplice partecipazione emotiva, insomma di « scarico » delle proprie tensioni.

Il segreto, ovviamente, sta nella identificazione, che, come si è detto, secondo gli analisti occupa un ruolo assolutamente decisivo. E' molto interessante riportare la definizione delle condizioni alle quali — almeno a stare ai risultati delle indagini — l'identificazione può scattare. Si dice che è necessario « che il personaggio giuochi un ruolo generalmente accettato, che non metta in discussione le norme e i valori fondamentali della "cultura" cui il pubblico partecipa » (e per questo, si nota, *Francesco d'Assisi*, nella interpretazione di Liliana Cavani, può suscitare ammirazione, ma non sollecitare l'identificazione). L'identificazione, si continua, è sollecitata dalla « positività del personaggio, resistente alle tentazioni *sia della corruzione che della ribellione*, culturalmente ben radicato nei valori fondamentali della "buona società" ma insieme vittima di essa... » e per questo David Copperfield viene indicato come il protagonista ideale.

Qui sembra, però, che i desideri soverchino le risultanze, che si dia già per acquisita una omogeneizzazione in basso che non è ancora compiuta. E' vero, infatti, che la variabilità degli indici di gradimento in rapporto alle diverse puntate del medesimo teleromanzo starebbe a confermare le diagnosi citate (nei *Miserabili* la puntata meno gradita fu quella che si riferiva a Waterloo; nei *Promessi Sposi* fu quella che conteneva maggiori riferimenti storici e narrava l'arrivo di Renzo a Milano; e così via), ma è anche vero che un grosso interrogativo solleva la drastica distanza tra l'indice di gradimento espresso dai laureati (49) e quello espresso dai telespettatori che avevano frequentato solo le elementari (72) nei confronti del *Francesco d'Assisi*, esplicitamente considerato dagli analisti poco adatto a favorire un processo di identificazione.

La verità è che gli indici di gradimento continuano ad essere i dati più mistificanti tra quelli raccolti dal Servizio Opinioni, e che le analisi andrebbero molto approfondite anche mediante interviste nelle quali fosse costantemente presente la coscienza della funzione eminentemente politica della produzione televisiva. Le

indagini che abbiamo citato, ancorché non prive di interesse, non possono spazzar via le contraddizioni insite nella realtà.

Sarà per questo, del resto, che, ad evitare rischi eccessivi, anche i teleromanzi subiscono « opportune » collocazioni e sono, di preferenza, tratti da opere che appartengono alla letteratura del passato? Forse si intuisce che per alcuni strati del pubblico, ad esempio per gli operai e le loro famiglie, sarebbe difficile identificarsi con un protagonista che fosse un moderno operaio e si dimostrasse « resistente alle tentazioni sia della corruzione che della ribellione », e sarebbe altrettanto difficile vivere in chiave « evasiva » la vicenda di uno sfruttato che, invece di muoversi nelle fogne della Parigi ottocentesca o negli slums della Londra del secolo scorso, agisce, che so, alla Fiat Mirafiori della Torino 1972. Non è un caso che l'unico teleromanzo di ambiente contemporaneo che abbia avuto a protagonista una famiglia operaia — *I Nicotera* di Arnaldo Bagnasco e Salvatore Nocita — si accentrava ancora su problemi psicologici e vicende domestiche, lasciando sullo sfondo, molto sullo sfondo, quasi un fondale di « colore », la fabbrica e le lotte economiche e politiche. Insomma, la lotta di classe.

	Teleutenti in complesso (100%)	*I Gruppo Gli impegnati* (14%)	*II Gruppo Gli entusiasti* (16%)	*III Gruppo Gli indifferenti* (18%)	*IV Gruppo I medi* (33%)	*V Gruppo Gli evasivi* (19%)
Importanza attribuita alle funzioni della TV (1)						
— informare	85	85	94	73	88	82
— divertire-riposare	75	66	80	62	80	84
— istruire-educare	77	74	89	63	82	76
Interesse per generi televisivi (2)						
— rivista e varietà	65	37	73	46	74	79
— giochi a quiz	63	33	74	46	71	78
— films	84	68	91	62	92	97
— telefilms	75	47	85	56	85	90
— commedie	61	60	76	34	63	70
— romanzi sceneggiati	66	46	78	38	74	82
— canzoni e musica leggera	74	42	78	64	83	87
— telecronache di partite di calcio	48	53	63	51	49	28
— altre trasmissioni sportive	46	52	65	46	48	25
— trasmissioni culturali	50	77	80	30	48	25
— telegiornale	79	90	94	68	83	63
— documentari, inchieste giornalistiche	56	84	85	40	54	29
— opere liriche	28	33	57	13	22	22
— concerti sinfonici	17	32	43	6	9	10

(1) I valori numerici variano tra 100 (molta importanza) e 0 (nessuna importanza).
(2) I valori numerici variano tra 100 (interessa molto) e 0 (non interessa per niente).

Una recente indagine del Servizio Opinioni della Rai-TV sugli interessi dei telespettatori, dalla quale questa tabella è tratta, è giunta a enucleare cinque possibili gruppi che, all'interno dell'universo della platea televisiva, si caratterizzano come « impegnati », « entusiasti », « indifferenti », « medi », « evasivi », in ordine al giudizio sulla funzione della televisione; alle preferenze di determinati « generi » e di determinati temi generali; alla frequenza con la quale sono stati seguiti alcuni programmi e, in particolare, i programmi culturali trasmessi nell'arco di una settimana-tipo. In questa tabella si riportano i dati che indicano la ripartizione dei cinque gruppi in ordine alla funzione della Rai-TV (informativa, educativa, di divertimento) e ai « generi » televisivi. I valori variano tra 100 (molta importanza annessa alla funzione o al « genere ») e 0 (nessuna importanza).

	Teleutenti in complesso (100%)	I Gruppo Gli impegnati (14%)	II Gruppo Gli entusiasti (16%)	III Gruppo Gli indifferenti (18%)	IV Gruppo I medi (33%)	V Gruppo Gli evasivi (19%)
Frequenza visione programmi culturali (1)	43	63	66	23	47	21
Interesse per argomenti (2)						
— la famiglia	72	80	90	54	78	55
— la salute	73	75	90	61	79	61
— l'istruzione	66	78	90	47	73	41
— il lavoro	69	79	89	60	74	45
— lo Stato	51	72	82	36	53	18
— l'economia	46	70	77	31	46	14
— la morale e la religione	57	66	79	37	63	39
— il tempo libero	50	58	70	33	57	34
— i giovani d'oggi	61	76	81	43	69	38
— il passato	49	69	77	31	50	25
— il futuro	59	80	81	43	64	30
Numero di scelte « culturali » nella settimana « tipo »	2,3	4,3	3,1	2,2	2,0	1,0

(1) I valori numerici variano tra 100 (vede spesso) e 0 (non vede mai).
(2) I valori numerici variano tra 100 (interessa molto) e 0 (non interessa per niente).

In questa tabella, che completa la precedente, si indica, sempre mediante la medesima scala di valore da 100 a 0, la consistenza dei vari gruppi in ordine alla frequenza dei programmi culturali, all'interesse per determinati argomenti di carattere generale, alla frequenza con la quale sono stati seguiti i programmi culturali durante una settimana-tipo.

	Teleutenti in complesso (100%)	I Gruppo Gli impegnati (14%)	II Gruppo Gli entusiasti (16%)	III Gruppo Gli indifferenti (18%)	IV Gruppo I medi (33%)	V Gruppo Gli evasivi (19%)
Sesso						
— maschi	52	70	59	68	47	27
— femmine	48	30	41	32	53	73
Totale	100	100	100	100	100	100
Età						
— 15-24 anni	18	19	18	20	17	17
— 25-35 anni	24	33	24	27	20	18
— 36-55 anni	40	32	37	.35	48	41
— oltre 55 anni	18	16	21	18	15	24
Totale	100	100	100	100	100	100
Istruzione						
— nessuna o licenza elementare	49	19	35	53	51	74
— licenza scuola media inf.	26	23	32	26	30	18
— licenza scuola media sup.	21	43	28	18	17	8
— laurea	4	15	5	3	2	..
Totale	100	100	100	100	100	100

In questa tabella, ancora tratta dall'indagine sugli interessi dei telespettatori, sono segnate le composizioni dei diversi gruppi in ordine al sesso, all'età, al grado di istruzione. Le percentuali vanno lette, innanzitutto, gruppo per gruppo; tuttavia, una indicazione si può trarre anche dalla diversa consistenza delle presenze degli uomini e delle donne, dei giovani e degli anziani, degli istruiti e dei meno istruiti in ciascun gruppo.

	Teleutenti in complesso (100%)	I Gruppo Gli impegnati (14%)	II Gruppo Gli entusiasti (16%)	III Gruppo Gli indifferenti (18%)	IV Gruppo I medi (33%)	V Gruppo Gli evasivi (19%)
Opinione complessiva sui programmi televisivi (1)	55	45	59	46	60	60
Componenti motivazionali dell'ascolto televisivo (2)						
— evasione	67	56	69	60	69	73
— passività	50	46	59	45	54	51
— apprendimento	55	47	54	51	59	58
— dipendenza	48	47	56	34	52	47
Frequenza di lettura (su quotidiani e riviste) dei seguenti argomenti (3)						
— cronaca cittadina e locale	61	70	76	55	63	43
— cronaca nera	52	52	66	48	54	41
— politica interna	43	72	62	33	38	17
— vita dei partiti	30	54	51	24	25	10
— notizie sportive	42	54	58	40	44	18
— economia e finanza	34	59	55	26	31	9
— salute	53	66	70	40	56	35
— romanzi e novelle	34	30	39	20	40	35
— fumetti e fotoromanzi	22	10	21	18	28	26
— enigmistica	30	36	42	19	33	18
— oroscopi	28	20	33	19	34	28
— educazione dei bambini scuola, giovani d'oggi	44	65	60	25	50	21

(1) I valori numerici variano tra 100 (opinione nettamente positiva) e 0 (opinione nettamente negativa).
(2) I valori numerici variano tra 100 (la componente incide spesso) e 0 (la componente non incide mai).
(3) I valori numerici variano tra 100 (l'argomento è letto spesso) e 0 (l'argomento non è letto mai).

In questa tabella, che integra la precedente, si indica la ripartizione dei cinque gruppi in ordine all'opinione complessiva sui programmi televisivi (i valori variano da 100, opinione nettamente positiva, a 0, opinione nettamente negativa); in ordine alle componenti motivazioni dell'ascolto televisivo (da 100, la componente incide spesso, a 0, la componente non incide mai); in ordine alla frequenza di lettura di articoli su determinati temi su quotidiani e riviste (da 100, si leggono spesso articoli su questo tema, a 0, non si leggono mai articoli che trattano questo tema).

Trasmissioni	Comples.	Sesso		Età					Istruzione			
		M	F	18-24	25-34	35-44	45-54	55 e oltre	Elementari	Med. Inf.	Med. Sup.	Laurea
Le inchieste del commissario Maigret 1965 (1)	83	81	84	79	82	83	83	85	84	83	80	82
Odissea	83	83	84	84	83	83	85	83	84	83	83	78
David Copperfield	82	79	84	79	80	82	84	82	*85*	81	73	*72*
La figlia del Capitano	82	79	83	81	80	82	80	83	84	76	76	73
Melissa	82	79	85	81	82	83	82	83	84	82	78	80
Resurrezione	80	79	80	76	78	79	81	81	82	78	75	73
La donna di fiori	79	77	80	75	78	80	78	78	81	77	74	67
Cavalier Tempesta	79	77	80	77	79	79	80	78	83	76	65	62
Le nuove inchieste del commissario Maigret 1966 (1)	78	77	78	73	74	77	78	81	77	79	77	76
Sherlock Holmes (2)	78	75	80	79	78	78	79	77	80	77	74	74
La donna di quadri	77	75	79	76	76	77	79	77	79	76	72	67
Maigret 1968 (1)	76	76	77	72	73	76	78	79	77	75	75	73
Questi nostri figli	76	74	78	77	73	77	77	76	*80*	75	71	*62*
I promessi sposi	76	75	76	71	73	74	78	79	78	74	74	73
Il conte di Montecristo	76	73	79	79	76	75	75	78	82	75	67	58
Madame Curie	76	71	79	72	74	74	77	77	77	72	76	62
Belfagor	75	74	76	77	73	72	77	76	78	72	68	63
La fiera della vanità	74	70	78	73	76	71	75	76	*78*	73	69	*59*
L'isola del tesoro	74	73	74	73	73	73	73	75	75	72	69	71
Dossier Mata Hari	73	71	74	69	72	73	74	75	77	71	68	60
I banditi del Re	72	71	73	75	74	71	73	70	77	71	61	55
Vita di Cavour	72	71	72	66	68	69	74	75	73	71	69	68
Quinta Colonna	72	70	73	74	69	70	74	73	75	71	67	63
Le mie prigioni	71	71	71	64	69	70	72	73	77	71	69	66
Luisa Sanfelice	71	71	72	71	68	69	74	74	76	69	62	56
Breve gloria di Mr. Miffin	70	68	72	70	73	71	71	68	74	69	63	52
La marcia di Radetzky	70	71	70	63	70	70	74	73	73	66	65	(3)
La vita di Dante	69	69	68	66	65	67	71	70	*67*	69	69	*75*
Francesco d'Assisi	69	68	70	69	67	69	72	68	*72*	66	65	*49*
Illusioni perdute	67	67	67	67	67	64	69	68	71	64	60	55
Mark Twain	66	66	66	59	59	65	63	69	*62*	64	68	*68*
Abramo Lincoln	65	64	66	62	63	64	61	69	65	65	65	62
Caravaggio	63	63	63	59	65	61	64	63	64	64	61	56
La coscienza di Zeno	57	58	56	48	59	57	57	58	*56*	56	57	*67*
Oblomov	55	54	57	54	51	54	62	54	*57*	53	55	*63*
Tartarino sulle Alpi	48	49	47	46	45	51	49	47	*49*	44	47	*53*
Circolo Pickwick	45	47	43	51	44	45	43	44	*45*	45	45	*41*

(1) Media di tutti i romanzi del ciclo.
(2) Media dei due romanzi.
(3) Non è stato calcolato l'indice perché sono risultate poco numerose le persone fornite di laurea che hanno giudicato questo romanzo. Il valore ottenuto è stato tuttavia considerato nelle medie complessive.

In questa tabella, pubblicata nell'analisi della accoglienza riservata dal pubblico alle trasmissioni televisive di romanzi sceneggiati (a cura di Maria Antonietta Libri Santoro, appunti del Servizio Opinioni della Rai-TV) appaiono gli indici di gradimento di tutti i teleromanzi trasmessi tra il gennaio 1965 e il dicembre 1968 (duecento ore circa di trasmissione). Gli indici sono messi anche in relazione con il sesso, l'età, il grado di istruzione dei telespettatori intervistati.

Complesso		*Elementare*		*Laurea*	
Le inchieste del commissario Maigret 1965	83	David Copperfield	85	Maigret 1965	82
Odissea	83	Maigret 1965	84	Melissa	80
David Copperfield	82	Odissea	84		
La figlia del Capitano	82	Melissa	84		
Melissa	82	La figlia del Capitano	84		
Resurrezione	80	Cavalier Tempesta	83		
		Resurrezione	82		
		Il conte di Montecristo	82		
		La donna di fiori	81		
		Questi nostri figli	80		
		Sherlock Holmes	80		
La donna di fiori	79	La donna di quadri	79	Odissea	78
Cavalier Tempesta	79	I promessi sposi	78	Maigret 1966	76
Le nuove inchieste del commissario Maigret 1966	78	Belfagor	78	La vita di Dante	75
Sherlock Holmes	78	La fiera della vanità	78		
La donna di quadri	77	Maigret 1966	77		
Maigret 1968	76	Maigret 1968	77		
Questi nostri figli	76	Madame Curie	77		
I promessi sposi	76	Dossier Mata Hari	77		
Il conte di Montecristo	76	I banditi del Re	77		
Madame Curie	76	Le mie prigioni	77		
Belfagor	76	Luisa Sanfelice	76		
		L'isola del tesoro	75		
		Quinta colonna	75		
La fiera della vanità	74	Breve gloria di Mr. Miffin	74	Sherlock Holmes	74
L'isola del tesoro	74	Vita di Cavour	73	La figlia del Capitano	73
Dossier Mata Hari	73	Francesco d'Assisi	72	Resurrezione	73
I banditi del Re	72	Illusioni perdute	71	I promessi sposi	73
Vita di Cavour	72			Maigret 1968	73
Quinta colonna	72			David Copperfield	72
Le mie prigioni	71			L'isola del tesoro	71
Luisa Sanfelice	71				
Breve gloria di Mr. Miffin	70				
La vita di Dante	69	Vita di Dante	67	Vita di Cavour	68
Francesco d'Assisi	69	Abramo Lincoln	65	Mark Twain	68
Illusioni perdute	67	Caravaggio	64	La donna di quadri	67
Mark Twain	66	Mark Twain	62	La donna di fiori	67
Abramo Lincoln	65			La coscienza di Zeno	67
Caravaggio	63			Le mie prigioni	66
				Belfagor	63
				Quinta colonna	63
				Oblomov	63
				Cavalier Tempesta	62
				Questi nostri figli	62
				Madame Curie	62
				Abramo Lincoln	62
				Dossier Mata Hari	60
La coscienza di Zeno	57	Oblomov	57	La fiera della vanità	59
Oblomov	55	La coscienza di Zeno	56	Il conte di Montecristo	58
Tartarino sulle Alpi	48	Tartarino sulle Alpi	49	Luisa Sanfelice	56
Circolo Pickwick	45	Circolo Pickwick	45	Caravaggio	56
				I banditi del Re	55
				Illusioni perdute	55
				Tartarino sulle Alpi	53
				Breve gloria di Mr. Miffin	52
				Francesco d'Assisi	49
				Circolo Pickwick	41

Anche questa tabella è tratta dall'analisi sul gradimento dei teleromanzi. Qui, accanto all'indice di gradimento rilevato per la media dei telespettatori intervistati, si segnalano, divisi per gruppi entro i quali l'indice varia di poco, le preferenze dei telespettatori con licenza elementare e quelle dei telespettatori laureati. Se ne possono dedurre (con tutte le cautele del caso) alcuni punti di contatto e alcune diversità, che starebbero a indicare, soprattutto, una tendenza dei meno istruiti alla fruizione dei teleromanzi in chiave di evasione.

CARLO FELICE VENEGONI

« Si on sait exactement ce qu'on va faire, à quoi bon le faire? Puisqu'on lo sait, ça n'a aucun intérêt. Il vaux mieux faire autre chose » [1].

Questo aforisma che Picasso lascia cadere dall'alto della sua privilegiata posizione di artista — per virtù propria e per la obiettiva superiorità della sua pittura, che sfugge alle regole e alle imposizioni del mercato — svincolato da ogni schema corrente, esprime in sintesi quella che dovrebbe essere la poetica del giorno d'oggi. In una età in cui l'evoluzione della cultura e dei mezzi di comunicazione offre all'individuo possibilità di conoscenza, di studio e di catalogazione pressoché illimitate, è bello pensare che la funzione dell'artista sia quella di creare un « prodotto » che rappresenti in modo concreto un « arricchimento culturale » e il « fruitore » lo apprezzi secondo un criterio di giudizio che permetta di valutarlo come tale. Arricchimento culturale su due fronti dunque: nel senso che aggiunga qualcosa sia alla personalità di chi crea, sia al complesso delle conoscenze di chi « fruisce » dell'opera, secondo una concezione dell'arte intesa come ricerca, come superamento continuo delle posizioni raggiunte, come rapporto dialettico ininterrotto tra l'esperienza dell'artista da un lato, quella del fruitore dall'altro e la realtà in permanente processo di mutazione, anche per il contributo che l'esperienza artistica le arreca.

Purtroppo questa situazione è palesemente illusoria: una possibilità concessa a quei pochi artisti privilegiati che per la potenza del proprio estro creativo, ma anche per l'intervento di fattori estrinseci, riescono a sviluppare liberamente un proprio personale discorso, senza tener conto delle regole e dei riti ai quali il modo come è organizzato il sistema di *exploitation* dell'arte, assoggetta l'attività e la volontà della maggior parte di coloro che la producono.

E' noto infatti che la società esige — e gratifica — un'arte che sia ripetitiva: la seriazione del « prodotto », di cui è più facile controllare il cammino nei canali distributivi e la propagazione nei canali promozionali. Anche per questo artisti come Morandi, Campigli, Capogrossi, stanno tanto in alto nella scala degli apprezzamenti: essi hanno infatti saputo trovare — e certo, nei casi indicati, a livelli qualitativi molto elevati — la formula che identifica la loro produzione secondo pochi parametri, sì che le variabili che determinano il giudizio su ogni loro opera sono ridotte al minimo; e inoltre l'uniformità — diciamo pure modulare — dei loro « prodotti » elimina i dubbi, la necessità di esprimere preferenze, lo sforzo di pervenire alla valutazione di un'opera attraverso analisi complesse dalle complicate motivazioni.

Poiché la società pone questo traguardo, allo stesso tempo limitato e complesso, l'evoluzione ideologica e stilistica di un artista procede sulla base di una per-

[1] Citato in *Picasso dit...* di Hélène Parmelin, Parigi, Gonthier, 1966, pag. 34.

IL MEDIATORE, PROTAGONISTA DEL MERCATO CINEMATOGRAFICO

manente conflittualità tra gli interessi autonomi del discorso culturale che l'artista intende sviluppare, e le necessità pratiche a cui egli deve sottostare se vuole che la sua produzione abbia quell'accoglienza che le permetta di vivere, di superare cioè la barriera della sfera privata per entrare in quella pubblica. Ne risulta quindi che nella propria parabola operativa, l'artista viene messo continuamente di fronte a quesiti e a scelte che egli opererà non sempre in modo autonomo, sincero, ma spesso in funzione del risultato che intende conseguire, cioè in base a un calcolo. E non è sempre facile riscontrare poi che cosa, in quella che è la personalità artistica di un autore, sia il frutto della sua libera e autonoma evoluzione e che cosa sia invece il prodotto delle sue scelte condizionate. O per lo meno la critica non ha ancora elaborato i metodi per assegnare il giusto peso ai due fattori. Anche perché la sua indifferenza a questo riguardo ha il suo ruolo nel processo di mistificazione che l'arte subisce nella società contemporanea.

Perché dunque nella società contemporanea l'arte si sviluppa su formule ripetitive? C'è la pigrizia dell'artista a rendersi disponibile per un'attività creatrice impostata sulla ricerca e quindi sul rinnovamento continuo. Il rinnovamento ha i suoi pericoli perché può provocare consenso o dissenso, mentre la ripetizione di un modulo noto e accettato dal pubblico e dalla critica non espone a rischi di sorta, e l'artista una volta raggiunta una certa posizione può essere indotto a conservarla piuttosto che rischiare di comprometterla nel tentativo di migliorarla. Per il pubblico, dal canto suo, l'apprezzamento dell'arte è conquista al tempo stesso faticosa ed ambigua. Un'arte ripetitiva gli consente di esprimere giudizi su parametri noti e di sicuro consenso; un'arte che si rinnova gli toglie sicurezza perché gli impone la necessità (e lo espone allo sforzo) di aggiornare continuamente i propri parametri valutativi e di esprimere giudizi che si dimostrano suscettibili di dissenso e di contrasti.

Ma esiste un terzo fattore che esercita una funzione determinante nell'orientare la produzione artistica verso formule ripetitive, piuttosto che verso una ricerca continuata dell'originalità. Per cogliere con esattezza la portata e il significato di questo fattore, bisogna rendersi conto che nella società d'oggi l'opera d'arte non vive di un rapporto diretto tra l'artista e il pubblico. Anche nel caso della forma d'arte più semplice che oggi è ancora la pittura (in quanto ciascun artista produce in proprio), l'opera finita viene messa in circolazione all'interno di un sistema che può essere schematizzato nel seguente modo:

autore → mediatore → pubblico

In questo sistema, che è comune a tutte le forme di espressione artistica, l'identificazione dell'« autore » e quella del « pubblico » sono automatiche, mentre risulta più difficile identificare il « mediatore ». Esso è diverso da arte ad arte, ed è tanto più complesso quanto più complesso è il processo di produzione dell'opera in ogni singolare arte.

Il mediatore è infatti relativamente semplice nel caso delle arti figurative, dove è rappresentato dal mercante, dal critico, dalle giurie dei premi, dalle commissioni delle manifestazioni pubbliche, ed è invece un'entità molto composita nel caso del cinema, dove è rappresentato dal produttore, dal distributore, dal noleggiatore, dall'esercente e ancora dalla critica, per non parlare ovviamente della censura.

Nel caso della televisione — che sfrutta in gran parte i mezzi tecnici di realizzazione propri del cinema, ma un sistema distributivo del tutto diverso — questo complesso di forme interreagenti è molto semplificato, in quanto le attribuzioni di produttore, distributore, noleggiatore, esercente, e di censura sono riunificate in un unico ente. In via di esemplificazione si può aggiungere che per quanto riguarda il romanzo il mediatore è costituito da un sistema abbastanza semplice: editore-libraio, più ovviamente la critica (ma a sua volta l'elemento editore può essere molto complicato in se stesso); mentre nel teatro si ha una situazione analoga a quella del cinema, ma molto più lineare.

Il fatto che l'opera d'arte si propaghi nella civiltà moderna all'interno di un sistema siffatto, oltre che all'ovvia constatazione della non sussistenza di un rapporto diretto autore-pubblico, imporrebbe uno studio approfondito delle interreazioni che avvengono fra i tre elementi del sistema, interreazioni tutt'altro che facili da chiarire per la loro costituzionale complessità, ma anche per la difficoltà di analizzare il sistema nei dettagli delle sue sub-componenti.

E' solo il caso di accennare come possa essere diversa l'azione svolta dal mediatore — in letteratura, per esempio — a seconda che un autore operi con un editore piuttosto che con un altro, non solo perché nei due casi influiscono componenti umane diverse — e quindi orientamenti ideologici, capacità di giudizio e di gusto diverse — ma anche perché le finalità dei due complessi editoriali possono essere profondamente divergenti. Basti solo pensare quanto possa essere determinante una programmatica volontà editoriale di sostenere una corrente di pensiero, una linea politica o ben individuati atteggiamenti programmatici in letteratura. E' su una piattaforma di questo tipo, per esempio, che prospera il filone mai esausto di certa letteratura edificante.

Per il cinema, che è poi il caso che qui più ci interessa, la complessa struttura del mediatore dispone di una potenza che è ingigantita dal fatto che è quasi impossibile, non solo far circolare, ma addirittura dar vita ad un'opera senza il consenso determinante di almeno una parte del mediatore. Il film non esiste nemmeno senza l'intervento attivo di una persona o di un ente distinto dal creatore vero e proprio e che finanzi la produzione, con tutte le ovvie conseguenze che tale fatto porta con sé. Ma il mediatore che dispone di un così grande potere non è a sua volta completamente libero, perché la dialettica del sistema è tale che le sue decisioni subiscono talvolta contraccolpi imprevedibili e affatto coerenti con i presupposti sui quali tali decisioni erano basate. E' nella natura stessa del mediatore fare in modo di ridurre al minimo l'alea rappresentata da questo imprevedibile, ed è appunto per questa ragione che una delle costanti più tipiche dell'azione che il mediatore esercita sull'artista è quella di incoraggiare la produzione di opere confezionate secondo criteri ripetitivi. La persistenza dei generi, che si ritrova come una costante lungo tutto lo sviluppo della storia del cinema, potrebbe essere spiegata anche tenendo conto dell'esigenza che il mediatore ha di presentare al pubblico un prodotto che, per quanto in apparenza sempre diverso, riproponga di fatto sempre gli stessi elementi, le stesse situazioni base.

Ridotta dunque ai suoi elementi essenziali, l'influenza esercitata dal mediatore nel processo di produzione artistica si può sintetizzare in tre aspetti distinti:

a) rottura del contatto diretto tra creatore e pubblico;
b) condizionamento del creatore;
c) condizionamento del pubblico.

Per la verità un rapporto diretto tra creatore e pubblico può esistere solo quando le strutture sociali sono molto semplici o quando l'arte vive entro circoli estremamente ristretti, sì che l'artista operi praticamente solo per il committente. E' vero

peraltro che un contatto diretto fra artista e fruitore viene ristabilito quando l'opera è stata resa pubblica, ma bisogna stare in guardia dalla tentazione di attribuire a questo fatto una importanza che in effetti esso non ha. Un contatto di questo genere nella società d'oggi è in gran parte svuotato di significato dal fatto che l'offerta delle opere d'arte al pubblico e la scelta che questo fa su di esse non è completamente autonoma, ma è influenzata dalle scelte operate in via preliminare dal mediatore. Con questo si vuol dire che il dialogo artista-pubblico avviene nella società di oggi attraverso un canale che ne distorce le voci.

Poiché l'autore infatti non è libero di creare come vorrebbe, il suo messaggio arriva al pubblico più o meno ampiamente inquinato. Poiché il pubblico non è libero nelle sue scelte, ma assoggettato agli imbonimenti, alle suggestioni della macchina organizzativa del mediatore, la sua risposta è inquinata da troppi fattori che ne attenuano la limpidezza. Per questo va presa con ogni cautela anche quella che dovrebbe essere la risposta per eccellenza del pubblico, il successo: esso, misurato in termini quantitativi, può essere drammaticamente illusorio là ove confrontasse due opere che non hanno avuto una distribuzione, un lancio che siano a loro volta coerentemente paragonabili. Basti pensare a come può influire la potenza organizzativa di un editore sulla diffusione numerica di un'opera letteraria: ci sono editori che per la loro dimensione non riescono che a coprire una parte dei punti di vendita e in un tempo relativamente lungo; altri che al momento stesso in cui un libro viene stampato lo collocano di fatto sui banconi e nelle vetrine di tutte le librerie più importanti. Ai primi riuscirà sempre difficile superare una certa tiratura, ai secondi impossibile scendere al di sotto di una tiratura iniziale di una certa rilevanza.

Se quindi autore e pubblico non possono parlarsi chiaramente col linguaggio convenzionale del gradimento, il loro colloquio è quanto meno pressapochistico. Ma se si analizza che cosa avviene nei due sensi del canale attraverso cui si propaga questo dialogo, si è indotti ad arrivare a delle conclusioni ancor più pessimistiche. La presenza di un mediatore nel sistema di circolazione di un'opera d'arte è infatti fortemente condizionante nei confronti della creazione artistica, in quanto antepone finalità di tipo pratico a quelle più direttamente proprie della creatività artistica. Il mediatore — e si parla qui del modello sociologico esistente nella società capitalistica — è infatti prevalentemente motivato dall'obiettivo di ricavare un profitto dalla sua opera di mediazione tra gli artisti e il pubblico. Solo in via subordinata o in casi molto particolari tiene conto anche di motivazioni ideologiche che in genere si concretizzano nel proposito di svolgere o promuovere un'opera edificante. Dominato da questi due obiettivi, il mediatore influenza profondamente l'artista poiché è ovvio che egli sarà portato ad operare le sue scelte in base alla convinzione che l'opera o l'artista scelto si confacciano o meno ai suoi obiettivi.

E fin qui l'entità del condizionamento potrebbe anche essere limitata. Ma essa assume una misura rilevante quando il mediatore interviene nei dettagli. Non in tutte le forme di espressione artistica questo intervento può essere evidente e clamoroso; perché non sempre è attuato in modo brutale. Ma nel mondo dello spettacolo, gli interventi del produttore « che conosce i gusti del pubblico » o di quello che conosce le intenzioni del censore, sono note e non occorre esemplificarle. C'è da dire che gli autori si uniformano facilmente a queste richieste e non di rado le prevengono, perché, immersi come sono nel sistema, finiscono abbastanza presto per assorbirne le regole, e adeguano già nel progetto e nelle ricerche le loro opere alle esigenze del mediatore.

E questo talvolta crea una situazione di un'anomalia stridente. Attualmente, per esempio, in Italia si può dire che esista un contrasto ideologico clamoroso tra la classe degli autori e quella di coloro che detengono i mezzi di produzione e propagazione delle opere d'arte. I primi nella loro maggioranza esprimono personalmente ideologie fortemente contrastanti con quelle della maggioranza dei secondi. Cioè mentre i primi intenzionalmente vorrebbero esprimere messaggi di tipo inno-

vatore, i secondi perseguono finalità conservatrici, se non apertamente sul piano politico, certamente su quello della organizzazione sociale (ammettendo naturalmente che questa distinzione abbia un senso).
Se l'indagine di « Bianco e Nero » fosse stata più approfondita in questa direzione si sarebbe potuto dare una migliore valutazione della consistenza di questo fenomeno e della entità del compromesso a cui si deve approdare per girare un film. Compromesso al quale nella maggioranza dei casi un autore sa che si dovrà in qualche modo arrendere e che tutt'al più può solo cercare di mitigare. D'altra parte è chiaro che fino a quando la società sarà organizzata secondo il modello attuale, non si può pretendere che le cose seguano schemi di diversa natura.

Non fa testo, da questo punto di vista, che esistano artisti che si ribellano a parole e nei fatti, alla tirannia del sistema. La loro contestazione delle regole del mediatore si esprime bensì in atteggiamenti e metodi polemicamente in contrasto con le regole comuni, ma questo fatto diventa il mezzo attraverso cui essi cercano di accattivarsi il consenso di quella parte del pubblico che ritiene di non doversi allineare sulle posizioni della maggioranza. Da questo punto di vista, in certi casi, il deliberato rifiuto del conformismo produttivo si presta a una strumentalizzazione analoga — sia pure di segno diverso — a quella comunemente messa in pratica dal mediatore.

Le vere avanguardie invece operano su un terreno diverso ma la loro incidenza rimane limitata a delle strettissime minoranze, tranne nei casi in cui la loro attività contagia la produzione corrente. Esemplare da questo punto di vista il caso del cinema Underground americano: nato e vissuto alla macchia nelle cantine intellettuali del Greenwich Village, ma poi esploso a conquistarsi un importante spazio nell'apprezzamento del pubblico colto e quindi un successo di opinione, quando la mediazione del cinema hollywoodiano, che si è impossessato di taluni dei suoi più vistosi elementi espressivi, ha fatto di questi elementi un pretesto promozionale.
Dunque il condizionamento esercitato dal mediatore sul creatore ne snatura in buona parte l'autonomia e la spontaneità, piegandone la voce a perseguire finalità non strettamente proprie dell'opera d'arte come fatto di espressione ideologica.
Ma il sistema opera un condizionamento meno sottile e più massiccio anche nei confronti del pubblico: il pubblico del giorno d'oggi, che va valutato in masse di lettori, spettatori, fruitori che assommano a milioni, e che è qualcosa di diverso delle piccole élites che costituivano il destinatario dell'opera d'arte sino a non molti decenni fa. Una massa nella quale le tendenze individuali vengono travolte dalla legge del numero che uniforma le risposte, e che più facilmente rimane soggetta alle suggestioni degli imbonimenti. Per il mediatore il pubblico è una specie di materia prima, e la tecnologia della sua manipolazione è il principale strumento di cui si serve per perseguire i suoi fini. Il condizionamento del pubblico avviene principalmente attraverso due mezzi: la dosatura dell'offerta e la suggestione promozionale.
Considerando l'opera d'arte come semplice prodotto, valgono per essa le stesse regole a cui si adegua il commercio di qualsiasi bene di consumo. E fra queste regole una delle principali dice appunto che l'accoglienza di un prodotto da parte del pubblico è proporzionale alle occasioni che il pubblico ha di consumarlo. Entro limiti piuttosto vasti perciò, il mediatore che detiene i mezzi di distribuzione del prodotto ha la possibilità di influenzarne la riuscita. Un film che faccia il suo esordio in prima visione in estate piuttosto che a Natale, un romanzo che venga « lanciato » in settembre piuttosto che in primavera, uno spettacolo televisivo instradato su un canale piuttosto che su un altro, avranno certamente da parte del pubblico un'accoglienza numericamente diversa. In ogni caso poi — ma soprattutto per quanto riguarda la televisione — c'è da tener conto della concorrenza degli spettacoli concomitanti. E' noto a quali bassi indici può giungere l'ascolto di uno spettacolo televisivo trasmesso in concorrenza con una importante manifestazione sportiva o con una trasmissione a puntate particolarmente seguita.
Questo è un punto che va subito chiarito bene: il pubblico oggi ha delle possi-

bilità di scelta che sono piuttosto limitate. Quando decide di vedere la TV le possibilità di scelta sono solo due, ma la situazione non è molto più rosea in altri casi. Il teatro — che in un numero piuttosto elevato di centri non esiste nemmeno[2] — offre assai scarse scelte ai suoi cultori, essendo relativamente poche in un anno (anche nelle grandi città, dove la vita teatrale è più intensa), le realizzazioni teatrali, e dovendo l'appassionato accontentarsi di seguire un'attività molto spesso preprogrammata, che segue cioè un calendario preparato in anticipo e che ha scarse possibilità di essere prolungata dal consenso con cui il pubblico segue certi spettacoli che gli sono più graditi. Si sono infatti visti recentemente « smontare » spettacoli quando il teatro registrava dei continui « tutto esaurito », perché si doveva far posto a una produzione già prevista in successione e per contro spettacoli assai scarsamente seguiti dal pubblico rimanere indifferentemente in cartellone col teatro praticamente vuoto, perché per essi era stata prevista una determinata tenuta.

Il cinema, dal canto suo, ha sviluppato un sistema distributivo complesso che prevede da un lato l'« aggancio » di film « minori » a quello di maggior richiamo, e dall'altro una organizzazione di passaggio dalle prime visioni alle successive fatta in modo da evitare che nella stessa giornata nel medesimo centro ci sia un'offerta troppo articolata di film in concorrenza tra loro. La programmazione contemporanea dello stesso film in più locali, sebbene in apparenza abbia lo scopo di facilitare il pubblico portandogli il più possibile vicino a casa il programma desiderato, persegue in realtà lo scopo di limitare il numero delle possibilità di scelta del pubblico. Basti pensare che vengono messi sul mercato ogni anno circa 500 film, ma che lo spettatore di un grande centro come Milano o Roma o Torino, ha possibilità di scegliere di volta in volta solo su una decina circa di alternative per ogni classe di locale. Ciò evidentemente limita l'effetto competitivo tra molti dei film in circolazione.

Anche per quanto riguarda la letteratura, sotto la spinta del gran numero di libri stampati, la reperibilità di un'opera determinata — quindi la scelta del lettore — incomincia a diventare difficile non appena sia trascorso il periodo di sfruttamento intensivo della pubblicazione di quel libro, perché per il libraio non è « conveniente » riassortire un titolo che non sia richiesto con una certa intensità.

Per quanto riguarda il cinema, è vero, al sistema delle prime, seconde, terze visioni si va da qualche tempo affiancando il circuito dei locali « d'essai ». Ma si tratta di un fenomeno limitato per ora ai centri maggiori e di scarsa consisistenza numerica.

Invece va sottolineato come la possibilità di scelta lasciata al pubblico sia da considerarsi limitata anche in rapporto alla brevità della programmazione di un film. Si sono infatti registrati anche nei grandi centri molti casi di film che tengono il cartellone per uno, due, tre giorni e che per questo stesso fatto vengono automaticamente eliminati dal giro di un possibile successo, in quanto la troppo breve durata del loro periodo di programmazione non consente certo di raccogliere un seguito di spettatori che possa diventare consistente.

Ma le cose vanno peggio in provincia, dove gran parte della produzione considerata non « gradita » alle grandi masse (il giudizio in proposito viene espresso talvolta dai distributori stessi, talvolta dagli esercenti) non viene nemmeno programmata, oppure se programmata, viene boicottata facendole mancare il necessario sostegno pubblicitario. Sono note le lamentele degli appassionati di certi capoluoghi di provincia che non riescono quasi mai a vedere buona parte di quei film segnalati alla loro attenzione in modo accattivante dalle critiche sui quotidiani dei grandi centri, perché l'ottusa insensibilità dei programmatori locali li esclude accuratamente. Ciò premesso, diventa quanto meno discutibile assumere l'entità del

[2] Ad Avellino, tanto per fare un esempio e non dei peggiori, si sono avute in tutto il 1970 solo 7 rappresentazioni teatrali. E' chiaro che su questa base non si può parlare di vita teatrale per questa città.

successo di un film come espressione del suo accoglimento da parte del pubblico. Più giustamente la televisione può contare su un duplice parametro di valutazione: l'indice d'ascolto che dà conto dell'ampiezza della « audience » di una trasmissione, e l'indice di gradimento, il che permette di impostare da opportuni confronti tra i due indici un discorso un po' più articolato sulla natura e le tendenze del pubblico.

Per il cinema un indice di gradimento non esiste nei dati ufficiali, e potrebbe essere desunto solo attraverso apposite indagini di non facile attuazione. Esiste invece un dato complessivo, almeno per i film di maggior successo, ricavato dal numero dei biglietti venduti e quindi di persone che li hanno visti, che ovviamente non dice assolutamente nulla sul « gradimento » con cui il film è stato accolto da quel pubblico.

Oltre che attraverso la strategia dell'offerta, il mediatore condiziona il pubblico con tutta una serie di strumenti promozionali. Nel cinema ciò avviene sia usando la pubblicità vera e propria, sia sfruttando i fatti di cronaca connessi con le vicende di un particolare film: infatti « fanno notizia » sulla stampa quotidiana e periodica l'incidente durante le riprese, la presentazione del film a un festival, la conquista di qualche importante premio, le polemiche con cui il film può essere accolto in determinati ambienti, persino gli incidenti di censura e gli eventuali processi o sequestri che subisce. Tutto ciò viene sfruttato per far conoscere un dato film al pubblico dei suoi possibili « consumatori », e a creargli attorno una risonanza favorevole che recluti al momento opportuno un'adeguata massa di spettatori.

Ma il mezzo promozionale più efficace resta ancora lo sfruttamento di quel complesso fenomeno che è il divismo in tutte le sue complesse manifestazioni. Quando si sia creata la diva — o il divo — la sua presenza in un film significa automaticamente un determinato plafond di spettatori, e sebbene la fortuna del divismo sia per complessi motivi soggetta ad alti e bassi periodici, la caccia al divo nuovo resta un'obiettivo preminente nell'attività dei produttori cinematografici. E' significativo ricordare a questo proposito che negli anni in cui brillava più redditizio l'astro di Brigitte Bardot nel firmamento cinematografico mondiale, ci fu da parte dei produttori italiani una vera caccia alla diva nuova. Erano gli anni in cui Gina Lollobrigida, la stessa Sofia Loren ed anche Claudia Cardinale avevano probabilmente già indicato quale poteva essere il loro coefficiente di attrazione, e si assisté a un frenetico tiro incrociato di lanci di giovani divette con i quali i produttori italiani tentavano il colpo di fortuna, la scoperta di un elemento da contrapporre alla spregiudicata diva francese. Sfuggirà probabilmente allo storico il fatto che un certo filone di commedia all'italiana, quello che ha dato per esempio *La parmigiana* o *Io la conoscevo bene*, è stato determinato anche da questo proposito.

Il divismo, dunque, da un certo punto di vista va considerato lo strumento promozionale fondamentale nelle mani del mediatore, perché esso è capace di identificare il prodotto in modo assai più circostanziato che qualsiasi altro sistema. E, va aggiunto, tanto più circostanziato e preciso quanto più schematica è la struttura del film, quanto più il personaggio del divo si mantiene uguale a se stesso nelle sue diverse incarnazioni. Tuttavia anche il divismo usato al meglio non è l'arma assoluta di cui il mediatore dispone per orientare e dominare le tendenze del pubblico. Considerato come massa il pubblico risente talvolta di fenomeni sociologici complessi che sfuggono alle previsioni e al controllo del mediatore specifico. In più il divismo molte volte risente e del tempo che passa e della moda, e i fattori che tengono un divo a galla nelle preferenze del pubblico, benché influenzabili, non sono sempre facili da tenere sotto controllo. E' di questi giorni il relativo fiasco delle *Pistolere* un film al quale la presenza contemporanea di due vedettes come Brigitte Bardot e Claudia Cardinale non è bastata ad assicurare un'affluenza di pubblico entro i limiti delle previsioni.

Si è parlato tanto in questi ultimi anni dell'influenza che la televisione — e la motorizzazione — hanno esercitato nel modificare le abitudini dei pubblici. In tutta

Europa lo spettacolo che penetra nelle case ha allontanato grosse percentuali di spettatori dalle sale cinematografiche e teatrali, ma, almeno per quanto riguarda l'Italia, mentre il pubblico cinematografico continua a decrescere, quello teatrale ha invece ripreso ad aumentare (relativamente alle sue limitazioni di ordine generale), probabilmente a causa di una più intensa attività teatrale in alcuni centri di provincia e sotto la spinta stimolante della polemica attività dei teatri liberi che stanno facendo molto per recuperare la vivacità e la spontaneità del teatro. Per quanto riguarda il cinema, la diminuzione complessiva degli spettatori non colpisce tanto i film di grande successo, ma rappresenta un'erosione a danno della massa dei film proiettati, approfondendo il gap che divide i film di maggior successo dagli altri e creando problemi di non semplice soluzione a chi finanzia la produzione cinematografica. Attualmente si calcola che grosso modo il 50% degli spettatori che in un anno vanno al cinema è accaparrato dal 10% soltanto dei film in circolazione. In Italia ciò significa che ogni anno la prima metà degli incassi va divisa fra circa 50 film e la seconda metà fra circa 450! Ovvio dedurre che ogni produttore si sforzi di realizzare solo film che possano aspirare a far parte del primo gruppo, mentre è fatale che a film fatto siano molte di più le probabilità che esso cada a far parte del secondo gruppo [3].

Che cos'è allora che orienta le masse del pubblico verso i film del 10% privilegiato? Se si esaminano le tabelle dei film che hanno realizzato i maggiori incassi è difficile individuare delle costanti specifiche che leghino un film di successo all'altro, se non quella fondamentale che questi film sono stati realizzati proprio per aver successo. Potranno essere diversi come forma spettacolare: un anno è un colossal, un'altro è un western, un terzo è un film a suspence, ma è costante il fatto che si tratti di film nei quali le caratteristiche del prodotto premeditato per suscitare una buona accoglienza da parte del pubblico sono predominanti.

Talvolta, è vero, si insinua alla testa della graduatoria qualche titolo insospettato: sono i casi di *Bella di giorno* e *Blow up* nel '67, della *Dolce vita* nel '59; di *Rocco e i suoi fratelli* nel '60, del *Gattopardo* nel '62, ma questi film, sebbene interessino il critico per obiettivi meriti e non marginali qualità artistiche, contengono anche elementi assai spettacolari e di grande suggestione. Spesso sono carichi di ambiguità e compromessi con la tendenza dell'attualità, e vanno considerati prodotti in cui si realizza il non facile obiettivo di contemperare esigenze di segno radicalmente opposto. Ma sono anche, tutto sommato, casi estremamente rari. In generale è ben difficile capire che cosa contengono perché il grande pubblico si interessi a loro con un'attenzione paragonabile a quella che di solito riserba solo ai più stereotipati esemplari di film d'evasione. Si può certo notare che l'evoluzione di Buñuel, Antonioni, Visconti (e lo stesso si può dire di Pasolini, i cui ultimi film raggiungono pubblici assolutamente imprevedibili ai tempi di *Accattone*) ha permesso che il loro linguaggio venisse alla lunga accettato dal pubblico che aveva accolto con diffidenza le loro prime e più scabrose prove, ma c'è stato anche uno smussamento delle asprezze, della sincerità iniziali, se vogliamo, a conferma della progressiva integrazione che un autore subisce attraverso la collaborazione continua all'interno del sistema.

De Sica, per esempio, ha ragione di dire con orgoglio nella sua risposta al Questionario che *Umberto D* non ha incassato abbastanza ma è in tutte le cineteche del mondo; però dovrebbe aggiungere che molti dei suoi film fatti dopo hanno incassato anche più che abbastanza, ma non trovano posto nelle cineteche. E' questo solo il frutto di una personale involuzione o è anche la conseguenza del fatto

[3] Tra l'altro la dinamica del sistema è tale che i 450 film del secondo gruppo sono necessari alla fortuna di quelli del primo gruppo. Se il numero dei film in circolazione ogni anno diminuisse, per esempio a 350, si avrebbe che l'incasso globale verrebbe ugualmente diviso a metà tra 35 e 315 film; ma la concentrazione delle due metà dell'incasso totale in un numero minore di film, molto probabilmente non compenserebbe la diminuzione degli introiti che si registrerebbe per la contrazione del pubblico provocata dalla riduzione dell'offerta.

che in fin dei conti si fanno i film che si possono fare, e che a lungo andare la continua collaborazione con gli uomini del sistema finisce per fare adeguare la mentalità di un autore agli indirizzi propri del sistema stesso?

C'è poi un altro fatto che risulta dalle circostanze numeriche e che va tenuto presente: esaminando il numero di spettatori che ogni film riesce a totalizzare nei primi nove mesi di distribuzione, nel primo anno e nei primi due anni, si nota che in media l'80% del totale è già reclutato nei primi nove mesi, e che dopo un anno il numero di spettatori che ha visto un film sfiora il 90% [4]. Ciò non significa solo che un film vive una vita molto breve, ma che la sua fruizione è pressoché immediata, non consentendo ricuperi tranne che in rari casi o solo sotto l'influsso di qualche rilancio determinato da fatti nuovi particolarmente favorevoli. E' il caso del *Laureato* che dopo un anno di circolazione aveva totalizzato solo il 70% degli spettatori realizzati in due anni, perché nel secondo anno il film — la prima importante interpretazione di Dustin Hoffman — ha beneficiato di un rilancio propiziato dal successo di *Un uomo da marciapiede*, in cui lo stesso Dustin Hoffman appariva per la seconda volta sugli schermi.

Si può interpretare questo fatto come un effetto fondamentale del condizionamento a cui viene sottoposto lo spettatore. In mancanza di ciò dovrebbe essere infatti possibile che ogni film avesse un suo diverso modo di esercitare un richiamo sul pubblico, estendendo o contraendo il periodo in cui esso rimane per così dire di attualità, in base a dei fattori intrinseci che siano cioè capaci — essi — di suscitare e alimentare il gradimento da parte del pubblico. Poiché ciò non avviene e si constata che l'affluenza è per ogni film proporzionale alle occasioni di offerta, ne discende che spesso moltiplicando queste si può ampliare il numero di spettatori che vedono quel film. La constatazione emerge dall'esame dei dati riguardanti tre serie di film considerati di grande successo: la serie di James Bond, quella dei western all'italiana e quella dei film di Franchi e Ingrassia. Dal confronto tra l'offerta (numero di giorni di programmazione) e il consumo (numero di spettatori per film) indicato dalla media di spettatori per giorno di programmazione, si può desumere che nel caso dei western all'italiana e dei film di Franchi e Ingrassia l'offerta sia stata mantenuta artificiosamente elevata e che solo grazie a questo espediente qusti film riescano a reclutare quei grossi pubblici che ne qualificherebbero il successo.

Comunque sia, da ciò che le cifre dicono e da quello che non dicono, si ha l'impressione che il pubblico non solo non è in grado di scegliere il film da andare a vedere, ma è anche indifferente a questa scelta. L'andare al cinema corrisponde in molti più casi di quanto si creda ad un rito che ha una sua validità a prescindere dal contenuto del singolo spettacolo. Secondo gli psicologi ciò avviene perché lo spettatore cinematografico vive nella sua poltrona una esperienza di tipo onirico, e proprio come uno non sceglie i sogni che fa dormendo, così non dà molta importanza alla scelta del film da vedere. Quello che conta per lui è vivere questa esperienza attraverso gli schemi di identificazione — e di ripetizione — propri dello spettacolo cinematografico, per ricavarne emozioni che nessun'altra forma di spettacolo — televisione esclusa — può dare.

Il perché del fenomeno è già stato spiegato [5]. C'è da aggiungere che il fenomeno è anche alimentato dal modo come la produzione ne interpreta lo sfruttamento, cioè dal tipo di film che vengono messi a disposizione del pubblico per vivere questa esperienza onirica. Si cerca sì di giocare sulle emozioni ma alla fine

[4] Questa constatazione è stata fatta su alcuni film che si possono definire, nella loro categoria, di successo (vedi tabella 3). Non è vera per altri film che facendo parte di una serie (western all'italiana, Franchi e Ingrassia, eccetera) vengono « sfruttati » con una strategia commerciale particolare.

[5] Anche recentemente, e in modo assai gustoso. Si veda « Psicologia degli spettatori al cinema » in *Libertà e servitù dello spirito*, di Cesare L. Musatti, Torino, Boringhieri, 1971, pag. 226. Anche altri saggi, nello stesso volume, affrontano brillantemente il tema della psicologia dello spettatore cinematografico.

lo spettatore deve essere rassicurato. Per questo tanti film, indipendentemente dalla loro collocazione nei vari generi, giocano tante delle loro carte sul lieto fine. E anche per questo la scelta del pubblico viene svalutata. Per poca esperienza che abbia del mondo del cinema, lo spettatore sa che comunque vadano le cose il film che andrà a vedere assolverà comunque al compito di procurargli quella evasione piacevole e rassicurante in cui desidera rifugiarsi. In questo contesto si può persino azzardare che un minimo di incertezza potrebbe aggiungere un pizzico di sadico piacere in più all'intera cerimonia. Se cioè lo spettatore si accingesse a seguire un film senza essere informato prima se assisterà a un'opera drammatica piuttosto che buffa, il piacere dell'imprevisto si aggiungerebbe a quello fondamentale suscitato dal film che vede. E la televisione potrebbe fare nuovi passi avanti nella conquista di un pubblico sempre più vasto se potesse operare in tutti i campi, anche in quelli che sinora non ha potuto e non ha voluto sottrarre al cinema — l'orrore, l'erotismo, la violenza gratuita — e si mettesse a sfruttare anche il fattore « sorpresa ».

L'indifferenza del pubblico nei riguardi dello spettacolo da consumare spiegherebbe ad un tempo e la fortuna della televisione che alimenta facilmente e gratis la fame di sogni dello spettatore, e l'influenzabilità dello spettatore stesso di fronte gli allettamenti delle attività promozionali messe in atto dal mediatore cinematografico. Il quale infatti presenta i suoi prodotti sottolineando gli elementi presenti in esso che siano più suscettibili di soddisfare le esigenze oniriche e passive dello spettatore. L'uso poi dei generi e delle formule ripetitive garantiscono al consumatore che nel film troverà esattamente quello che va cercando. In questo quadro, poi, la eccessiva uniformità della TV che esclude dai suoi programmi taluni degli ingredienti di maggior efficacia sul piano della fruizione dello spettacolo in chiave onirica, dà ragione indirettamente di un altro fenomeno: il successo dei film che si possono identificare con particolari filoni: l'erotico (*Helga*, primo film di una intera generazione di film « audaci », reclutò in due anni 5.281.000 spettatori, distribuiti in 9.051 giornate di proiezione con una media di 583 spettatori a giornata, cifre notevolmente sopra la media; ma esse nei primi nove mesi furono comparativamente ancora migliori: rispettivamente 4.769.000; 7.158; 666), il film dell'orrore, il sado-masochismo di cui è intriso particolarmente un certo filone western, la comicità volgare e banale di certi film a basso costo. Il pubblico cioè dimostra di potersi staccare dallo schermo televisivo per tornare a quello tradizionale prevalentemente per trovare la soddisfazione di istanze che la televisione non soddisfa. Il che spiega per esempio anche la corsa al nudo che ha caratterizzato gran parte del cinema degli ultimi 10 anni. Esso rappresenta di certo un espediente concorrenziale nei confronti della TV, che per ovvie ragioni non se lo può permettere, e viene usato indifferentemente nei film di scarso contenuto artistico e in film più ambizioni.

A questo punto desumere dalle statistiche l'orientamento dello spettatore cinematografico potrebbe diventare rischioso. Tra l'altro le statistiche di cui si dispone non sono selettive per tipo di locale e non permettono quindi di ipotizzare sulle possibili risorse di un eventuale circuito alternativo, che potrebbe essere un sistema per valorizzare quel tipo di film che non si limita ad essere un semplice prodotto. Nelle statistiche si può vedere che per esempio il *Silenzio* di Bergman ha ottenuto quella che sembrerebbe una buona affermazione, inserendosi al 13° posto dgli incassi dei film usciti nel 2° trimestre del 1964 e raccogliendo in 2 anni 601.000 spettatori in 1.086 giornate di proiezione (media 562 spettatori al giorno). Il numero di 601.000 spettatori, sembrerebbe abbastanza basso da poter essere raggiunto con una relativa facilità da un film di reale interesse estetico che sia offerto nei locali adeguati, per un periodo adeguato e in modo da poter usufruire dell'effetto promozionale-informativo della critica dei grandi organi di stampa. Ma l'esiguità dei casi *Silenzio* è il sintomo di un fenomeno non facilmente classificabile, perché se da un lato è vero che il problema di un circuito alternativo non è mai stato chiaramente affrontato dai distributori e dagli esercenti, anche quando se lo sono posto, è anche probabilmente vero che l'eventuale pubblico alternativo

è, almeno in attesa che si sviluppi una giusta politica in questo senso, non sufficientemente numeroso da imporre alle proprie scelte — cioè ai film con un minimo di contenuto artistico — una affermazione sufficiente.

Cioè un circuito alternativo che instradi la produzione cinematografica in due canali distributivi diversi secondo qualità e obiettivi, sembra prematuro all'attuale stadio di sviluppo della organizzazione cinematografica, perché il pubblico disponibile per un'esperienza simile sembra ancora troppo limitato. Bisognerebbe introdurre nel mercato cinematografico una fondamentale innovazione che permettesse di prolungare il periodo di sfruttamento del film — almeno in questo circuito —, di ampliare le occasioni di scelta e di ridurre i prezzi a livelli veramente popolari. Il relativo successo dei locali d'essai rispetto alle cineteche e ai circoli del cinema dimostra proprio che, aumentando le occasioni di scelta, si polarizza attorno a questi locali un pubblico assai più consistente e non meno interessato di quello che abbia mai seguito un cineclub, ma non ancora sufficiente a determinare un consistente superamento delle attuali strutture distributive. La possibilità di ampliare questo pubblico incontra d'altronde un ostacolo non insormontabile, ma certo non indifferente, nel fatto che con l'andar del tempo si acuisce il gap fra il linguaggio del cinema corrente e quello delle produzioni più impegnate. Il linguaggio cinematografico è altamente convenzionale e nelle sue linee generali non è mai molto cambiato. Il cinema più industrializzato lo ha — per quanto concerne i suoi film — standardizzato in modo molto radicale; ma da qualche anno, sotto l'influsso di qualche corrente d'avanguardia e per l'apporto di qualche intenzione dichiaratamente demistificatrice, una consistente parte del cinema impegnato ha cominciato ad elaborare modifiche sensibili al linguaggio tradizionale. Non sempre queste modifiche trovano il pubblico pronto ad accoglierle, e ciò costituisce un ulteriore ostacolo ad ampliare le schiere di quel possibile circuito alternativo.

Se si ritorna ora alla decifrazione delle statistiche, si dovrebbe concludere che l'ideale narrativo espresso dal pubblico preso nel suo complesso dovrebbe essere composto da donne nude, da sangue e violenza e da una comicità banale e « pesante ». Non c'è dubbio infatti che il pubblico visto come massa indifferenziata — senza poter stabilire con quale diverso atteggiamento si comporta lo spettatore della prima visione rispetto a quello delle visioni successive, e lo spettatore di provincia rispetto a quello di città — consuma il cinema come strumento classico di evasione, e che le élites impegnate, per quanto tendano ad aumentare, non sono ancora in grado di far sentire il peso delle loro scelte, anche perché le loro tendenze sono generalmente disattese dal sistema.

Si capisce quindi come, di fronte a questo messaggio deludente che perviene attraverso i canali del sistema, i registi interrogati su « Per chi si gira un film? » si rifugino in risposte elusive. La risposta « si gira per se stessi », senza un'adeguata motivazione, è la naturale scappatoia di chi certo non può dire che gira un film per il pubblico, se il pubblico ha i connotati che le statistiche gli attribuiscono. Ma questa risposta non dà conto della realtà effettiva: i registi sono in realtà sempre alla ricerca di questo colloquio col pubblico, di un contatto espressivo non casuale; solo che sono costretti a perseguirlo per vie traverse, facendo concessioni a quelle che vengono indicate come le esigenze del pubblico e che invece sono solo la proiezione di queste esigenze secondo l'ottica e le limitate finalità dei produttori.

In questa situazione il discorso sul destinatario popolare-nazionale diventa estremamente precario e persino mistificato. Nella particolare dimensione del cinema ciò è valido solo in sede di recupero critico di una produzione che all'origine ha un obiettivo differente. L'opera cinematografica assolve all'uscita quasi esclusivamente alla sua funzione di mercato; le valutazioni d'altro genere che la critica riesce a fare su ciascun film sono relative e raramente rapportabili a un principio assoluto. Raramente la critica è in grado di fare la valutazione di un film senza

tener conto dei molti elementi contingenti, che impediscono di distinguere nel film il fatto estetico da quello di costume, e forse sarebbe anche ingiusto se lo facesse. L'aver indicato nel 1948 *Ladri di biciclette* come possibile archetipo di un un nuovo corso popolare e nazionale della narrativa italiana è stato — per quanto riguarda il cinema — oltre che una simpatica illusione, una stimolante provocazione. Ma anche un arbitrio: la classifica degli incassi dei 61 film italiani messi in circolazione tra il settembre 1948 e l'agosto successivo colloca il film di De Sica all'undicesimo posto preceduto da *Fabiola, La sepolta viva, In nome della legge, I pompieri di Viggiù, Fifa e arena*, ecc. ecc.[6].

Ladri di biciclette ha avuto solo un risultato medio: l'averlo preso come esempio di un supposto rinnovamento dei moduli narrativi è una prova di sensibilità da parte del critico, non confortata però dall'evoluzione storica successiva della produzione cinematografica italiana. Certo in quel particolare momento il film di De Sica rappresentava qualcosa di importante perché tentava effettivamente di proporre una tematica e dei personaggi derivati dalla realtà secondo una concezione di essa dominata da quegli atteggiamenti di apertura sociale propri di un periodo in cui l'opinione pubblica risultava molto politicizzata, anche se in modo generico, dal contraccolpo suscitato dalla fine della guerra e dalla caduta del fascismo. Ma forse il coraggio degli autori non andava al di là di questa scelta, se si pensa che l'avventura del ladro di biciclette rimane confinata nei limiti esigui del suo ghetto, ed è presentata come caso troppo individuale per poter arrivare ad essere qualcosa di più di un fatto di cronaca.

Del resto più o meno le stesse cose si possono dire su un'altro film di quell'annata, *In nome della legge*, che giocava le sue chances sul tavolo della denuncia del fenomeno della mafia. Proprio questo film ci permette di avviare un discorso non inutile che dovrebbe consentire di approfondire la comprensione di certi fenomeni di comunicazione propri del cinema e dei rapporti che questa forma di espressione ha con la società. La mafia è stata un soggetto sul quale il cinema italiano è tornato più volte e con una certa insistenza e regolarità, e proprio in questi ultimi anni è culminato in *Confessione di un commissario al procuratore della repubblica*, film con un notevole impatto sul pubblico, anche perché ha beneficiato di un ribervero pubblicitario clamoroso dall'assassinio del procuratore Scaglione avvenuto proprio mentre il film era in programmazione nelle principali città italiane. Parallelamente all'insistenza con la quale il cinema ha riproposto al suo pubblico il fenomeno mafia, sono state fatte inchieste studi analisi del fenomeno che a livello sociologico — nonostante le molte e pesanti reticenze delle fonti ufficiali — è certamente meglio conosciuto oggi di quanto fosse nel 1948. Ebbene l'analisi dei molti film sulla mafia (in particolare di quelli naturalmente degni di un minimo d'attenzione) induce a far ritenere che a questo fenomeno si ricorre come a un'ovvia fonte di thrilling, attraverso un uso stereotipato dei ruoli dei personaggi e con molta reticenza nella delineazione delle connessioni del fenomeno con la vera realtà del contesto sociale a cui si ispira. Anche nel film di Damiani tutto obbedisce a questa regola: i personaggi sono caratterizzati con una schematicità di attributi analoga a quella con la quale sono delineati i personaggi dell'opera dei pupi.

I personaggi del film sono un commissario che conosce i segreti della mafia e che si batte valorosamente per far scattare i rigori della legge contro i colpevoli, un giovane magistrato entusiasta e onesto e inesperto e ligio rappresentante (anzi custode) della legge di cui vuol far trionfare il rispetto più formale, un magistrato ormai anziano e probabilmente corrotto, un mafioso manifesto — il

[6] La classifica è stata stabilita da « Cinema 60 », numero 42/43, giugno-luglio 1964, che in *Termometro degli incassi* aveva ricostruito quanto avessero realizzato i film prodotti in Italia anno per anno dal settembre 1945 all'aprile 1964. L'esame di queste classifiche annuali, sebbene fatte in base agli incassi lordi anziché per numero di biglietti venduti, è molto indicativa sugli alti e bassi delle fortune del cinema di produzione italiana.

cattivo del caso — prepotente e spregiudicato che elude palesamente la legge e ricatta la giustizia, in nome di una protezione vagamente accennata ma non mai chiarita nelle sue compromissioni politiche. Ci sono poi il testimone chiave — in questo caso una donna — che dopo essere stato dalla parte della mafia passa, per un torto ricevuto, da quella della polizia, ma nonostante ogni precauzione viene eliminato, l'uomo politico generico individuabile come mafioso ma di grado intermedio, e infine l'agente di polizia che si sospetta sia l'uomo di fiducia della mafia infiltrato nelle forze dell'ordine. Attorno ad essi un nutrito gruppo di comparse, parte vittime parte strumenti della mafia, non molto bene individuati sociologicamente. Se si confronta questo elenco di personaggi con quello degli altri film sullo sesso tema, le analogie appariranno molte ed evidenti. Analogie che si trovano puntuali ed abbondanti persino risalendo a quel lontano film di Germi. Come vanno interpretate queste analogie? Certamente come espressione del fatto che la mafia come fonte di ispirazione, serve a portare una caratterizzazione tipicizzata a una serie di caratteri tradizionali coi quali si confeziona, iniseme con altri pochi elementi, un efficace thrilling. Insomma, l'elemento sociologico è in questi casi una scelta non casuale, ma più spesso che non si creda determinata da ragioni promozionali e non artistiche: serve a riproporre in nuova veste lo stereotipo della lotta delle forze del bene e del male, in una chiave a cui l'aggancio con l'attualità possa garantire una risonanza. Osservazioni analoghe ma più complesse si possono fare confrontando altri film che, distanti fra loto nel tempo, abbiamo però delle componenti comuni.

Per esempio si prestano a un confronto *Ladri di biciclette* e *La classe operaia va in paradiso*. Entrambi danno al pubblico — così come era concepito nel 1948 e nel 1971 — l'immagine della classe operaia: i protagonisti dei due film sono a loro modo esemplari esponenti della loro classe, in due distinti momenti dell'evoluzione storica del Paese. Ebbene, nel primo, l'operaio era visto come individuo oppresso da problemi di sopravvivenza a livello minimo, la cui vita poteva essere sconvolta dalla possibilità di disporre o meno di un mezzo di locomozione banale come la bicicletta. Per di più il suo contatto con la classe era di tipo interpersonale, raggiunto attraverso le vie dell'amicizia più che attraverso la dialettica della solidarietà di classe. La sua era dunque l'immagine di un proletario nel senso più classico del termine in una chiave però ancora genericamente populista.

Ma 22 anni di trasformazioni sociali politiche economiche strutturali e di costume hanno reso quell'immagine assolutamente improponibile al giorno d'oggi, l'operaio d'oggi è l'operaio consumista del film di Petri, che non va più in bicicletta ma in 850, con la casa rifornita dei gadgets (TV, frigorifero eccetera) e di surplus inutili (si ricordi l'inventario delle bambole, balocchi e banalità varie, che l'operaio, abbandonato dall'amante, nel momento in cui la sua depressione è più grave, si compiace a un certo punto di fare) che ne misurano l'integrazione in una dimensione conformista della società. Questo operaio, che a suo modo ha la coscienza di un tecnico, che vive la sua esperienza operaia con spirito alienato ma sportivo, che è cosciente della sua alienazione, ma accetta la scala dei valori convenzionali per la società capitalista, può essere considerato il proletario giunto ormai a contatto con le retroguardie della piccola borghesia, ma la sua emblematicità può ampiamente essere contestata nel senso che la differenza che lo separa dal ladro di biciclette non è significativa dello sviluppo che il movimento di classe ha registrato in questi anni, bensì solo dall'evoluzione del modo in cui la massa del destinatario dello spetacolo cinematografico è disposta a vivere nel buio della sala un'avventura interpretata da personaggi appartenti a questa classe. L'immagine di classe che scaturisce dal film di Petri ha dei connotati tutto sommato rassicuranti, perché si tratta in fondo di una immagine istituzionalizzata. Ben altra accoglienza, certamente, sarebbe riservata a un tentativo che cercasse di riproporre oggi il vero equivalente del ladro di biciclette del '48, che la società non ha eliminato, se non nelle rappresentazioni destinate a un grande pubblico.

Approfondendo l'analisi delle differenze tra la rappresentazione dell'operaio nel

film del 1948 e in quello del '71, si può dedurre che la funzione del mediatore si manifesta anche nello sforzo di far corrispondere i dati della rappresentazione con quelli della più vasta destinazione consumistica.

Di fronte al successo di certi film (nel 1971-72 è il caso di *Love-Story*, nel 1963-64, era stato quello dei vari James Bond) si sente spesso intonare un pianto greco di preoccupazioni sull'influenza che il cinema e i mezzi organizzativo-promozionali del mediatore hanno sul pubblico. In realtà il successo di questi film stupisce solo sul piano numerico, nel senso che un solo film coagula su di sé l'attenzione di un numero di spettatori superiore alla media, che normalmente si disperde su un numero piuttosto vasto di film. Si guardino le tabelle relative ai James Bond e imitatori, ai western all'italiana e ci si accorgerà che mentre i grossi successi sono rari, numerosi sono i film di questi generi che si accaparano frazioni relativamente ridotte di pubblico. La cosa è ancora più vera per i film di Franchi e Ingrassia, e in tutti e tre i casi ma particolarmente in quest'ultimo si noterà una sproporzione fra il risultato numerico in spettatori e la larghezza con cui tali film vengono offerti. Più precisamente si nota che il rapporto tra giornate di programmazione e numero di spettatori è generalmente troppo al di sotto della media, per giustificare una così ostinata insistenza nell'oferta. Da cui si deduce che il pubblico, genericamente orientato verso il consumo di determinate situazioni, viene convogliato verso certi film piuttosto che verso altri dalla macchina commerciale del mediatore. Anche senza molto successo a lungo termine. Non in quanto non si riesca a far raggiungere da questi film il previsto livello di incaso, ma in quanto, pur offrendo abbondantemente al pubblico ciò che si dice il pubblico vada cercando, questo continua a diminuire di anno in anno a dimostrazione concreta che lo spettacolo cinematografico non lo soddisfa più. Anzi sull'Italia incombe da questo punto di vista una minaccia assai grave, perché qui le « presenze » annuali al cinema si sono contratte meno che negli altri Paesi europei e negli Stati Uniti, e quindi esiste un ampio margine per un ulteriore drammatica — e prevedibile — riduzione nei prossimi anni.

Tutto quello che è stato detto sopra, prospetta una situazione estremamente contradditoria e anche confusa di quello che può venire definito il mercato cinematografico. In essa l'unico dato di una certa consistenza è l'evanescenza proprio di quegli elementi di giudizio che dovrebbero consentire di valutare se esiste e — se esiste — di che consistenza sia e come si evolve nell'ambito cinematografico un ideale narrativo nazionale-popolare. Da un lato infatti il pubblico non riesce ad esprimere delle tendenze proprie, dall'altro gli autori sembrano travolti dalla invadenza dei mediatori e non in grado di dominare le strutture. Sono nel sistema un elemento in posizione di debolezza. Il sistema nel suo complesso, dominato dal mediatore, è sordo alle esigenze puramente estetiche e ne ostacola lo sviluppo. D'altra parte non esiste un'alternativa fuori dal sistema perché fuori dal sistema l'opera non vive. Quindi le responsabilità degli autori vanno considerate con indulgenza, quando ne abbiano, ma ciò non toglie che c'è modo e modo di subire la ferrea dialettica delle strutture. Soprattutto se si tien conto del fatto che paradossalmente la coscienza delle limitazioni implicite nel sistema permette una rivalutazione, in sede di apprezzamento, del prodotto esaminato. Cioè una volta che si sappia o comunque si avvertano i limiti della comunicazione cinematografica, la ricerca degli elementi sui quali basarsi per formulare un giudizio va orientata in modo diverso per tener conto anche delle variabili più minute atte a determinare la reale significatività dell'opera. E più precisamente è il modo come viene vissuta l'opera del fruitore ciò che ne determina la reale portata. Quando prevalgono le mistificazioni e la creatività degli autori è così pesantemente condizionata, è la creatività dello spettatore e la sua capacità di conferire all'opera, assunta come pretesto, il significato implicito nel suo rapporto dialettico con la realtà, ciò che può contare ai fini di una reale e concreta significatività del fatto filmico. Ma questo è un discorso da incominciare.

Tab. 1

DIMINUZIONE DEGLI SPETTATORI CINEMATOGRAFICI IN VARI PAESI DEL MONDO («VISION» APRILE 1972):

	Milioni di spettatori				
	Anno record		*1965*	*1970*	*% in meno rispetto all'anno record*
Gran Bretagna	1.430	(1949)	327	193	86
Germania Occ.	818	(1956)	294	167	80
USA	4.400	(1946)	1.288	921	79
Giappone	1.127	(1958)	372	247	78
Belgio	110	(1955)	45	32 (a)	71
Olanda	70	(1955)	36	24	66
Francia	411	(1957)	259	183	55
Italia	819	(1955)	663	525	36
Spagna	403	(1966) (b)		331	18

(a) 1969 - (b) Primo anno a cui risalgono le statistiche.

La diminuzione viene generalmente imputata alla concorrenza che la televisione fa al cinema. Ma anche la diffusione dell'automobile e l'abitudine di trascorrere i week-end in campagna gioca un ruolo importante. In Italia la contrazione degli spettatori è stata minore che in altri Paesi, ma ciò non deve essere considerato un motivo di soddisfazione. Infatti (vedi tabella 2) la tendenza indicata dalle statistiche è sempre verso un ulteriore rarefazione del pubblico, e tutto lascia prevedere che aumenterà ancora allineandosi alle misure degli altri Paesi. E' caso mai proprio dove la falcidia è stata più drastica che si può pensare se non alla inversione della tendenza, almeno alla stabilizzazione del pubblico. Sarà allora interessante osservare quale sviluppo avrà la produzione cinematografica con un pubblico numericamente stabile.

Tab. 2

ANDAMENTO DELLO SPETTACOLO CINEMATOGRAFICO E TEATRALE IN ITALIA DAL 1946 AL 1970 (« ANNUARIO DELLO SPETTACOLO », SIAE, 1971):

	CINEMA		TEATRO	
Anni	*Giorni di programmazione (numero)*	*Biglietti venduti (x 1.000)*	*Rappresentazioni (numero)*	*Biglietti venduti*
1946	—	416.646	—	—
1947	1.046.225	532.272	—	—
1948	1.255.086	587.872	—	—
1949	1.386.472	615.525	—	—
1950	1.509.020	661.549	72.685	20.979.311
1951	1.616.137	705.666	70.545	19.791.114
1952	1.735.715	748.099	72.577	19.558.973
1953	1.844.546	777.910	66.190	18.995.435
1954	1.927.345	800.733	67.460	18.179.820
1955	2.009.362	819.424	66.177	16.591.394
1956	2.039.734	790.153	58.845	14.767.964
1957	2.028.827	758.364	55.484	13.694.197
1958	2.029.532	730.412	51.242	12.680.575
1959	2.039.337	747.904	48.358	11.221.776
1960	2.037.144	744.781	43.348	10.574.581
1961	2.070.096	741.019	39.935	10.050.106
1962	2.075.573	728.572	36.964	9.704.465
1963	2.035.169	697.480	33.825	10.262.369
1964	2.058.942	682.985	34.553	11.376.319
1965	2.031.672	663.080	36.974	12.238.315
1966	2.001.438	631.957	39.767	12.527.391
1967	1.929.429	568.926	38.778	11.981.378
1968	1.881.569	559.933	37.861	11.858.536
1969	1.868.308	550.884	38.098	12.166.835
1970	1.831.793	525.006	38.832	12.539.218

La televisione è stata introdotta in Italia nel 1954. Si noti come l'effetto di contrazione del pubblico cinematografico sia stato pressoché immediato. Il teatro era invece già in flessione, ma l'avvento della televisione ha accelerato il processo. Va aggiunto che, se si considera lo spettacolo teatrale nei suoi diversi componenti (non presenti nella tabella) sono stati rivista e varietà ad accusare le perdite più vistose. La prosa e la lirica, per non parlare dei concerti, hanno invece resistito relativamente meglio. Del resto per il teatro il peggio sembra passato: alla ripresa del 1962-66 è succeduta una lieve flessione di due anni, ma dal '69 è di nuovo in ripresa, sia per numero di rappresentazioni, sia per numero di spettatori. Il cinema, invece, continua a perdere spettatori in maniera costante. Ai fini del precedente ragionamento, è naturalmente più importante il dato riguardante i biglietti venduti, e cioè il numero di spettatori annuo.

Tab. 3

COMPORTAMENTO DEL FILM NEL TEMPO (« LO SPETTACOLO », NUMERI VARI):

Titolo	*Giornate di proiezione*			*Numero di spettatori (x 1.000)*		
	Primi 9 mesi	*Primo anno*	*Primi 2 anni*	*Primi 9 mesi*	*Primo anno*	*Primi 2 anni*
Il medico della mutua	6.633 (64,75)	7.764 (75,79)	10.244	4.909 (82,43)	5.308 (89,13)	5.955
Serafino	8.152 (64,50)	10.217 (80,74)	12.653	5.560 (78,25)	6.365 (89,58)	7.105
2001 Odissea nello spazio	2.599 (59,91)	3.240 (74,68)	4.338	1.311 (75,04)	1.498 (85,74)	1.747
La ragazza con la pistola	4.794 (60,40)	5.890 (74,21)	7.937	2.764 (75,39)	3.155 (86,06)	3.666
Il laureato	2.785 (54,24)	3.398 (66,18)	5.134	1.688 (70,24)	1.885 (78,44)	2.403
Teorema	2.234 (61,17)	2.778 (76,06)	3.562	1.319 (80,62)	1.469 (89,79)	1.636
Helga	7.158 (79,07)	8.007 (88,46)	9.051	4.769 (90,30)	5.051 (95,64)	5.281
Il mio amico il diavolo	1.320 (70,36)	1.534 (81,77)	1.876	539 (83,82)	583 (90,66)	643

Fra parentesi è indicata la percentuale rispetto al totale dei 2 anni. Si è voluto con questa tabella stabilire come il pubblico risponde nel tempo al richiamo di un film. Si sono presi 8 film a loro modo significativi, sebbene abbiano riscosso successi di proporzioni affatto diverse. Va notato che *Il laureato* ha fruito nel secondo anno di distribuzione di un rilancio propiziato dal successo di *Un uomo da marciapiede*, nel quale Dustin Hoffman appariva sugli schermi nella sua seconda interpretazione di successo. Va detto che gli stessi calcoli estesi alla media di tutti i film danno percentuali dopo 9 mesi e un anno sensibilmente più basse. Ciò per la presenza ai primi posti della graduatoria degli incassi di flim di basso costo (Franchi e Ingrassia, western all'italiana) per i quali gli investimenti pubblicitari sono minori. Questa tabella dimostra che è vera l'opinione del produttore francese Pierre Edeline, che afferma: « Ciò che determina il successo di un film è la sua attualità: nel giro di sei mesi il film perde il suo impatto ». (« Expansion », dicembre 1971, pag. 100).

Tab. 4

NUMERO DI GIORNATE DI PROGRAMMAZIONE E DI BIGLIETTI VENDUTI, TOTALIZZATI IN DUE ANNI DI PROGRAMMAZIONE DA FILM MESSI IN CIRCOLAZIONE TRA IL 1960 E IL 1968 (« LO SPETTACOLO », FASCICOLI VARI):

Titolo	Anno e trimestre di uscita	Posizione classifica incassi	Giornate di programm.	Biglietti venduti (x 1.000)
Ben Hur	(a)	1	10.745	8.082
La dolce vita	»	2	8.997	5.265
Spartacus	»	3	7.995	5.202
Rocco e i suoi fratelli	»	4	8.408	5.970
La ciociara	»	5	8.636	6.042
Tutti a casa	»	6	7.250	4.374
Mondo di notte	»	7	5.499	3.963
Scandalo al sole	»	8	6.511	4.792
Crimen	»	9	5.791	3.431
Il vigile	»	10	6.414	3.970
Jovanka e le altre	»	15	6.553	3.865
Il gobbo	»	16	6.634	4.124
Maciste nella valle dei re	»	18	8.669	4.773
Adua e le compagne	»	19	5.180	3.148
L'impiegato	»	49	3.991	2.362
Can-can	»	57	1.800	1.163
Io amo, tu ami	1961 II	1	4.188	2.294
Gli spostati	»	2	3.595	1.941
Exodus	1961 III	1	6.881	3.933
I due volti della vendetta	»	2	5.808	3.398
Il federale	»	4	7.120	3.620
Giuseppe venduto dai fratelli	»	6	8.388	4.534
Il giudizio universale	»	16	3.655	1.945
La viaccia	»	17	3.651	1.960
Il brigante	»	26	3.834	1.614
El Cid	1961 IV	1	7.990	5.415
I cannoni di Navarone	»	2	9.850	6.260
Barabba	»	3	8.646	5.171
Divorzio all'italiana	»	4	6.784	4.003
Don Camillo, monsignore ma non troppo	»	5	8.356	4.523
Tre contro tutti	1962 I	1	7.069	4.692
Boccaccio 70	»	2	5.532	3.236
Mondo cane	»	4	4.896	2.663
La monaca di Monza	1962 II	1	5.874	3.040
L'uomo che uccise Liberty Valance	1962 III	1	7.042	3.723
West Side Story	»	2	4.735	2.751
Il giorno più lungo	1962 IV	1	8.001	4.773
Gli ammutinati del Bounty	»	2	6.345	3.935
Il sorpasso	»	3	6.635	4.119
Sodoma e Gomorra	»	4	6.763	4.007
Il gattopardo	1963 I	1	7.488	4.693
La guerra dei bottoni	»	3	6.076	3.255
007 licenza d'uccidere	»	4	5.440	3.173
8 e 1/2	»	6	3.806	1.885
Il processo di Verona	»	7	6.123	2.839
Cleopatra	1963 IV	1	6.056	4.054
Ieri, oggi e domani	»	2	8.375	5.564
Lawrence d'Arabia	»	3	8.081	4.306
55 giorni a Pechino	»	4	7.377	4.397
Il re del Sole	»	10	6.126	3.201
I mostri	»	11	3.917	2.318
Tom Jones	»	14	3.765	1.868
I tre spietati	»	16	6.628	2.972
A 007 dalla Russia con amore	1964 I	1	8.479	5.731
Intrigo a Stoccolma	»	2	5.828	3.641
Sedotta e abbandonata	»	3	6.396	3.243
I due mafiosi	»	4	7.587	4.390

Tab. 4 (segue)

Titolo	Anno e trimestre di uscita	Posizione classifica incassi	Giornate di programm.	Biglietti venduti (x 1.000)
Due mafiosi nel Far-West	1964 II	1	8.316	4.705
I tre da Ashira	»	2	5.092	2.436
Il gaucho	»	3	3.195	1.564
Per un pugno di dollari	1964 III	1	14.172	8.303
Questo pazzo, pazzo, pazzo mondo	»	2	6.513	4.120
I due evasi di Sing-Sing	»	3	7.279	4.471
Matrimonio all'italiana	1964 IV	1	8.407	4.672
Il circo e la sua grande avventura	»	2	6.088	3.676
Angelica	»	3	8.142	4.271
Il magnifico cornuto	»	4	5.598	3.159
00-2 agenti segretissimi	»	6	6.615	4.385
I due toreri	»	10	7.380	4.161
Sedotti e bidonati	»	11	6.617	3.665
In ginocchio da te	»	12	8.546	4.165
5.000 dollari sull'asso	»	14	6.792	3.402
Agente 007, missione Goldfinger	1965 I	1	9.860	7.177
May fair Lady	»	2	5.168	3.128
L'uomo che non sapeva amare	»	3	7.226	4.141
Angelica alla corte del re	»	4	6.929	3.444
Una pistola per Ringo	1965 II	1	8.780	4.844
Non son degno di te	»	2	8.386	4.278
Sierra Charriba	»	3	6.141	2.854
Per un pugno nell'occhio	»	4	7.115	3.571
Un dollaro bucato	1965 III	1	9.739	5.692
Sette uomini d'oro	»	2	6.609	3.561
Il colonnello von Ryan	»	3	6.166	3.048
Due sergenti per il generale Custer	»	8	7.315	3.567
Per qualche dollaro in più	1965 IV	1	12.542	8.280
Agente 007 Thunderball	»	2	8.500	6.806
Adios Gringo	»	3	8.571	4.991
Il ritorno di Gringo	»	6	7.282	4.181
100.000 dollari per Ringo	»	7	8.589	4.662
I quattro figli di Katie Elder	»	8	7.064	3.705
Due mafiosi contro Goldginger	»	10	6.874	4.043
Se non avessi più te	»	13	8.011	4.046
Meravigliosa Angelica	»	15	6.684	2.993
Due marines e un generale	»	21	6.559	2.884
Africa addio	1966 I	1	5.613	2.910
Signore e signori	»	2	5.253	2.734
Una questione d'onore	»	3	4.867	2.518
Sette pistole per i Mac Gregor	»	6	6.621	3.277
L'armata Brancaleone	1966 II	1	5.878	3.408
Django	»	2	6.947	3.330
Detective's story	»	3	4.344	2.250
Un uomo e una donna	1966 III	1	6.722	3.147
Arabesque	»	2	5.839	3.322
La battaglia dei giganti	»	3	5.854	3.042
Il papavero è anche un fiore	»	5	6.723	3.111
Arizona colt	»	6	7.775	4.038
Rita la zanzara	»	8	7.212	3.720
Il dottor Zivago	1966 IV	1	14.945	9.050
La Bibbia: in principio	»	2	6.846	4.311
Il buono, il brutto, il cattivo	»	3	9.818	6.009
Operazione San Gennaro	»	4	7.865	4.122
I professionisti	»	5	6.504	3.541
Per pochi dollari ancora	»	8	7.775	4.260
Eddie Chapman Story	»	9	6.612	3.102
Incompreso	»	10	8.259	3.361
I due figli di Ringo	»	17	7.867	3.229
Grand Prix	1967 I	1	6.643	3.099
Tre uomini in fuga	»	2	6.790	3.418

Tab. 4 (segue)

Titolo	*Anno e trimestre di uscita*	*Posizione classifica incassi*	*Giornate di programm.*	*Biglietti venduti (x 1.000)*
L'uomo del banco dei pegni	»	3	5.699	2.636
La resa dei conti	»	5	7.973	3.835
I lunghi giorni della vendetta	»	8	6.788	3.517
Wanted	»	9	8.373	3.647
Riderà (Cuore matto)	»	15	8.146	3.058
Tigre	1967 II	1	5.409	2.649
Doppio bersaglio	»	2	4.707	1.823
A noi piace Flint	»	3	3.660	1.461
Bella di giorno	1967 III	1	7.114	3.549
Da uomo a uomo	»	2	7.387	3.645
Blow-up	»	3	4.098	2.085
Vado, l'ammazzo e torno	»	5	6.663	3.057
Il bello, il brutto, il cretino	»	10	7.321	3.180
Agente 007, si vive solo due volte	1967 IV	1	8.105	4.878
Quella sporca dozzina	»	2	7.674	3.912
I giorni dell'ira	»	3	8.593	4.581
Dio perdona... io no	»	6	6.913	3.494
I due vigili	»	10	7.747	3.601
Stasera mi butto	»	13	6.530	3.231
Nel sole	»	17	6.838	2.973
Indovina chi viene a cena?	1968 I	1	7.589	3.438
Banditi a Milano	»	2	8.836	4.372
La calda notte dell'ispettore Tibbs	»	3	6.776	2.910
Il giorno della civetta	»	4	8.215	3.217
Helga	1968 II	1	9.051	5.281
Impiccatelo più in alto	»	2	5.624	2.697
Al di là della legge	»	3	6.839	2.609
La ragazza con la pistola	1968 III	1	7.936	3.665
Il laureato	»	2	5.134	2.403
E per tetto un cielo di stelle	»	3	8.028	3.433
Ciccio perdona, io no	»	12	6.577	2.818
Il medico della mutua	1968 IV	1	10.244	5.955
Serafino	»	2	12.653	7.105
C'era una volta il West	»	3	8.807	4.151
Dove osano le aquile	»	4	7.961	3.996
Bora Bora	»	5	7.541	4.023
Straziami, ma di baci saziami	»	6	8.306	4.094
Riusciranno i nostri eroi...	»	7	7.030	3.603
I quattro dell'Ave Maria				
Romeo e Giulietta	»	10	7.296	3.119
Il mercenario	»	16	6.641	2.860
Chimera	»	22	7.112	3.135
I nipoti di Zorro	»	28	6.996	2.703

(a) Dati desunti da una classifica riguardante un gruppo di film usciti nell'anno 1960 e nel primo trimestre del 1961.

Nella tabella sono stati inclusi tutti i film che hanno totalizzato più di 6.500 giornate di proiezione o più di 5 milioni di spettatori nel giro di due anni. Inoltre sono stati inclusi alcuni film che sono sembrati utili per un raffronto. Tali raffronti sono tuttavia parziali, in quanto limitati ai film che hanno realizzato i 30 migliori incassi fra tutti quelli entrati in circolazione nello stesso trimestre. Il fatto che talvolta un film che ha realizzato un numero minore di spettatori precede nella graduatoria film che ne hanno totalizzati di più, si spiega con la diversa incidenza dell'apporto dei locali con prezzi diversi. Negli otto anni considerati, un solo film ha totalizzato 9 milioni di spettatori, 3 tra 9 e 8 milioni, 2 tra 8 e 7 milioni, 4 tra 7 e 6 milioni, 10 tra 6 e 5 milioni. Ciò vale a dare la dimensione di che cosa sia un grosso successo cinematografico. In televisione una trasmissione popolare raggiunge facilmente i 20 milioni di spettatori in una sola sera, al cinema un film si può definire di discreto successo se ne accumula 3 milioni in due anni!

Tab. 5

GIORNATE DI PROGRAMMAZIONE E NUMERO DI SPETTATORI TOTALIZZATI IN DUE ANNI DAI 10 FILM CHE HANNO REALIZZATO I MIGLIORI INCASSI TRA QUELLI ENTRATI IN CIRCOLAZIONE NELLO STESSO TRIMESTRE (« LO SPETTACOLO », FASCICOLI VARI):

	1963	1964				1965				1966			
	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Giornate	64.604	58.606	42.425	59.531	62.609	55.269	57.436	60.505	73.006	54.623	49.559	60.126	78.972
Spettatori (× 1.000)	38.685	31.619	19.516	33.557	35.701	31.407	27.852	30.719	46.377	26.369	21.982	30.427	43.944
Media spettatori/giornate	598	539	460	563	570	568	486	507	602	482	443	506	556

	1967				1968			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Giornate	64.035	42.022	57.769	66.311	59.599	47.322	55.769	85.296
Spettatori (× 1.000)	35.518	15.644	26.152	33.292	25.894	20.605	25.214	43.395
Media spettatori/giornate	476	372	452	502	434	435	452	508

La tabella può essere la dimostrazione di come il destino di un film possa essere segnato dal periodo in cui viene « lanciato ». Si noti che il periodo peggiore è il secondo trimestre. Nei 5 anni considerati i dieci film di maggior successo fra quelli lanciati in questi periodi, hanno totalizzato nel giro di un biennio un numero complessivo di spettatori che è sempre più basso di quello totalizzato dai film entrati in circolazione negli altri trimestri dello stesso anno e, tranne che in un caso (II trimestre 1965), sono le cifre più basse in assoluto di tutto il perido.

Tab. 6

GIORNATE DI PROGRAMMAZIONE E NUMERO DI SPETTATORI TOTALIZZATI IN 2 ANNI DAI FILM DELLA SERIE JAMES BOND E DA 34 IMITAZIONI (« LO SPETTACOLO », FASCICOLI VARI):

Titolo	Anno e trimestre di uscita	Giornate di programm.	Spettatori x 1.000	Media spettatori/giornate
« Serie James Bond »				
A 007 licenza d'uccidere	1963 I	7.488	4.693	626
A 007 dalla Russia con amore	1964 I	8.479	5.731	675
007 missione Goldfinger	1965 I	9.860	7.177	727
007 Thunderball	1965 IV	8.500	6.806	800
007 si vive solo due volte	1967 IV	8.105	4.878	601
James Bond 007 Casinò Royal	1967 IV	4.009	2.173	542
« Imitazioni »				
Missione in Oriente	1963 IV	4.828	2.919	604
Da 077 criminali a Hong-Kong	1964 II	3.952	1.827	462
OSS 117 minaccia Bangkok	1964 III	5.457	2.539	465
La sfida viene da Bangkok	1964 III	3.995	1.559	390
A 077 dalla Francia senza amore	1964 III	2.707	1.311	484
Uccidete agente segreto 777 stop	1965 I	4.202	1.880	447
Agente 3S3 passaporto per l'inferno	1965 II	5.414	2.728	503
Le spie uccidono a Beirut	1965 II	4.601	2.066	449
La tigre ama la carne fresca	1965 II	1.820	631	346
Agente 077 missione Bloody-Mary	1965 III	6.301	3.181	527
Agente 077 dall'Oriente con furore	1965 III	5.366	2.626	489
La pratica Ipcress	1965 III	4.109	1.804	439
Colpo grosso a Galata Bridge	1965 III	4.982	2.472	495
OSS 117 furia a Bahia	1965 III	5.585	2.268	406
A 009 missione a Hong-Kong	1965 III	4.948	2.283	461
A 001 operazione Giamaica	1965 III	4.375	1.659	379
L'uomo di Hong-Kong	1965 IV	4.175	2.129	509
Il nostro agente Flint	1966 I	4.705	2.312	491
La spia che venne dal freddo	1966 I	4.436	1.771	399
Upperseven, l'uomo da uccidere	1966 I	4.098	1.787	436
Matt Helm, il silenziatore	1966 II	3.993	1.856	464
Agente 3S3 massacro al Sole	1966 II	3.864	1.609	416
Operazione tre gatti gialli	1966 II	3.720	1.426	383
Linea rossa 7000	1966 II	3.869	1.265	326
M 5 codice diamanti	1966 II	2.880	952	330
Operazione Goldman	1966 II	3.434	1.003	292
Il papavero è anche un fiore	1966 III	6.723	3.111	462
Eddie Chapman Story	1966 IV	6.612	3.102	469
Funerale a Berlino	1967 I	4.240	1.342	316
Matt Helm non perdona	1967 I	3.058	1.211	396
Doppio bersaglio	1967 II	4.707	1.823	372
A noi piace Flint	1967 II	3.660	1.461	399
Caprice, la cenere che scotta	1967 II	2.299	669	290
Colpo su colpo	1967 III	3.220	1.182	367

Si ricordi che *Casinò Royal* pur essendo tratto da un romanzo di Ian Fleming, non era interpretato da Sean Connery. Le imitazioni sono indicate come tali in modo convenzionale. Infatti il filone dello spionaggio avventuroso al quale appartiene la serie James Bond, preesisteva alla comparsa di questo personaggio sullo schermo. Si noti la sproporzione tra il consenso ottenuto dai « James Bond » autentici e dalle imitazioni, sia in cifre assolute sia in numero di spettatori per giornata di programmazione. E questo anche quando si tratta di film di elevato livello industriale. Si noti anche come lo sfruttamento del filone James Bond appaia effettuato secondo una strategia particolarmente accorta e razionale, realizzando concentrazioni molto elevate di spettatori per giorno di proiezione.

Tab. 7

GIORNATE DI PROGRAMMAZIONE E NUMERO DI SPETTATORI TOTALIZZATI IN 2 ANNI DA « WESTERN ALL'ITALIANA » (« LO SPETTACOLO », FASCICOLI VARI):

Titolo	*Anno e trimestre di uscita*	*Giornate di programm.*	*Spettatori x 1.000*	*Media spettatori/ giornate*
Cavalca e uccidi	1964 II	4.587	1.671	364
Per un pugno di dollari	1964 III	14.172	8.303	585
Sette del Texas	1964 III	5.330	2.313	433
5000 dollari sull'asso	1964 IV	6.792	3.402	500
Minnesota Clay	1964 IV	5.729	2.309	403
Là dove scende il sole	1965 I	5.655	2.595	458
Il ranch degli spietati	1965 I	4.019	1.433	356
Sette ore di fuoco	1965 I	3.891	1.377	353
Una pistola per Ringo	1965 II	8.780	4.844	551
Uno straniero a Sacramento	1965 II	4.680	2.093	447
Solo contro tutti	1965 II	4.493	1.731	385
Un dollaro bucato	1965 III	9.739	5.692	585
Per qualche dollaro in più	1965 IV	12.542	8.280	660
Adios Gringo	1965 IV	8.571	4.991	579
Il ritorno di Ringo	1965 IV	7.282	4.181	574
1000 dollari per Ringo	1965 IV	8.589	4.662	542
Sette pistole per i Mac Gregor	1966 I	6.621	3.277	494
7 dollari sul rosso	1966 I	6.374	3.134	491
Per 1000 dollari al giorno	1966 I	5.157	2.221	430
4 dollari di vendetta	1966 I	5.902	2.188	370
7 magnifiche pistole	1966 II	5.232	1.915	366
Uccidete Johnny Ringo	1966 II	4.562	1.815	397
Una donna per Ringo	1966 II	4.357	1.702	390
Arizona Colt	1966 III	7.775	4.038	519
Texas addio	1966 III	6.212	2.939	476
Le colt cantarono la morte e fu tempo di massacro	1966 III	5.692	2.767	486
Il buono, il brutto e il cattivo	1966 IV	9.818	6.009	612
Per pochi dollari ancora	1966 IV	7.775	4.260	548
La resa dei conti	1967 I	7.973	3.835	482
I lunghi giorni della vendetta	1967 I	6.788	3.517	518
Wanted	1967 I	8.373	3.647	435
Killer calibro 32	1967 II	5.595	2.054	367
Ballata per un pistolero	1967 II	4.645	1.495	321
Il figlio di Djiango	1967 II	4.190	1.281	305
20.000 dollari sul 7	1967 II	4.040	1.292	319
Vado, l'ammazzo e torno	1967 III	6.663	3.057	458
Odio per odio	1967 III	6.403	2.432	379
I giorni dell'ira	1967 IV	8.593	4.581	533
Faccia a faccia	1967 IV	6.436	2.829	439
Oggi a me domani a te	1968 I	4.974	1.975	397
Preparati la bara	1968 I	4.808	1.876	390
Al di là della legge	1968 II	6.839	2.609	381
Joko, invoca dio e muori	1968 II	3.691	1.331	360
E per tetto un cielo di stelle	1968 III	8.028	3.433	427
Se incontri Sartana prega per la tua morte	1968 III	5.816	2.396	411
Due volte Giuda	1968 III	5.144	1.709	332
C'era una volta il West	1968 IV	8.807	4.151	471
I quattro dell'Ave Maria	1968 IV	9.126	4.157	455

Il western all'italiana preesisteva a *Per un pugno di dollari*, che per il suo successo viene talvolta indicato come capostipite della formula. Va notato che tra i film elencati solo 4 hanno totalizzato più di 5 milioni di spettatori, mentre per la maggioranza degli altri il pubblico raccolto è abbastanza modesto. Per di più va osservata una certa sproporzione tra il numero di spettatori e quello delle giornate di programmazione, denunciato dalle medie di presenze a giornata che sono piut-

tosto basse. E si nota anche una certa tendenza alla diminuzione. Si è di fronte a un tipico caso di prodotto imposto al pubblico al di là di una ragionevole proporzione. La frequenza con la quale questo tipo di western viene proposto (l'elenco comprende solo una parte dei film di questo tipo, quelli che maggiormente hanno richiamato pubblico) si spiega col fatto che in genere si tratta di film a basso costo, per i quali anche un modesto afflusso di pubblico risulta remunerativo.

Tab. 8

GIORNATE DI PROGRAMMAZIONE E NUMERO DI SPETTATORI TOTALIZZATI IN 2 ANNI DA 22 FILM INTERPRETATI DA FRANCHI E INGRASSIA (« LO SPETTACOLO », FASCICOLI VARI):

Titolo	*Anno e trimestre di uscita*	*Giornate di programm.*	*Spettatori x 1.000*	*Media spettatori/giornate*
I due mafiosi	1964 I	7.587	4.390	578
Due mafiosi nel Far West	1964 II	8.316	4.705	563
002 agenti segretissimi	1964 IV	6.615	4.385	662
Sedotti e bidonati	1964 IV	6.617	3.665	544
Due pericoli pubblici	1965 I	5.554	3.082	554
Per un pugno nell'occhio	1965 II	7.155	3.571	502
Due sergenti per il generale Custer	1965 III	7.351	3.567	485
Come inguaiammo l'esercito	1965 III	5.584	2.769	495
James Tont, operazione UNO	1965 III	3.259	1.877	575
Due mafiosi contro Goldginger	1965 IV	6.874	4.043	588
Due marines e un generale	1965 IV	6.559	2.884	439
Due mafiosi contro Al Capone	1966 I	6.486	2.891	445
I due figli di Ringo	1966 IV	7.867	3.229	410
Come rubammo la bomba atomica	1967 I	6.117	2.026	331
Il lungo, il corto, il gatto	1967 II	5.028	1.834	364
I due vigili	1967 IV	7.747	3.601	464
I barbieri di Sicilia	1967 IV	7.721	3.054	395
I brutti di notte	1968 I	5.309	1.983	373
Franco, Ciccio e le vedove allegre	1968 II	3.979	1.466	370
I due crociati	1968 II	5.123	1.871	365
Ciccio perdona, io no	1968 II	6.577	2.818	428
Il bello, il brutto, il cretino	1967 IV	7.321	3.180	434

Non sono stati presi in considerazione tutti i film di questa serie, ma solo quelli che si sono collocati più in alto nella classifica dei 30 migliori incassi fra i film immessi in circolazione nello stesso trimestre. Il numero di queste pellicole è sorprendentemente alto e tutto sommato, anche se esse non raggiungono mai pubblici molto vasti (nessuno dei 22 film ha raggiunto più di 5 milioni di spettatori e solo 4 hanno superato i 4 milioni), riscuotono un successo che solo negli ultimi anni ha denunciato una apprezzabile flessione. Si tenga anche presente che la maggior parte di questi film non passano per i locali di prima visione delle grandi città: un modo per realizzare un « circuito alternativo » alla rovescia, che però, come si vede, è anche redditizio.

GIAN CARLO FERRETTI

1. Il romanzo oggi, dunque: per chi e perché. Molti scrittori e critici hanno risposto ai quesiti espliciti e impliciti del Questionario; ma prima di esaminare le loro posizioni, sarà opportuno inquadrare il problema nei suoi termini oggettivi reali.
Come si presenta, anzitutto, il mercato del romanzo in Italia? Dati ufficiali, in proposito, non ce ne sono (come è ben noto); si procede secondo stime, condotte sulla base di informazioni non sempre sicure. (Si aggiunga, poi, fra parentesi, che — « chiudendosi » quest'inchiesta nell'aprile del 1972 — non è stato possibile tenere conto dei dati della nuova stagione: quella che va fino all'estate di quest'anno).
Stando agli editori, comunque, sembrerebbe certo che la fiction abbia conosciuto nelle ultime due stagioni letterarie (1969-70 e 1970-71) una ripresa piuttosto consistente. In particolare, gli uffici-stampa e le pagine letterarie dei quotidiani hanno fatto un gran rumore sulla riscossa del best-seller letterario « di qualità », che era stato ormai dato per morto. Le fascette dei premi hanno riacquistato il credito perduto, le tirature hanno toccato punte elevate, e i recensori periodici hanno rispolverato qualche vecchia iperbole laudativa. Nell'autunno dell'anno scorso, tirate le somme, gli uffici-stampa e i reparti-vendite, stilavano un albo d'oro ideale:
Paura e tristezza, di Carlo Cassola, 180.000 copie (Einaudi e Club degli editori)
Ritratto in piedi, di Gianna Manzini, 152.000 (Mondadori e Club degli editori)
I cieli della sera, di Michele Prisco, 115.000 (Rizzoli e Club degli editori)
Io e lui, di Alberto Moravia, 70.000 (Bompiani)
Cent'anni di solitudine, di Garcia Marquez, 50.000 (Feltrinelli)
(Questi dati, raccolti presso gli uffici-stampa editoriali e aggiornati al 15 ottobre 1971, riguardano la stagione letteraria 1970-71).
Questi best-sellers, del resto, venivano presentati come il ritorno a una gloriosa tradizione, solo temporaneamente interrotta dalla crisi della seconda metà degli anni sessanta (crisi del romanzo tradizionale, aperta dalla nuova avanguardia, e crisi — ben più radicale — dell'istituto autonomo dello scrittore e della letteratura stessa, aperta dalla contestazione politica). C'era, infatti, un albo d'oro del recente passato, da rinverdire:
Il Gattopardo, di Giuseppe Tomasi di Lampedusa (dal 1958), 1.000.000 di copie (Feltrinelli)
Addio alle armi, di Ernest Hemingway (dal 1946), 525.000 (Mondadori)
La pelle, di Curzio Malaparte (dal 1949), 350.000 (Vallecchi) e 114.000 (tascabili Garzanti)
Il giardino dei Finzi-Contini, di Giorgio Bassani (dal 1962), oltre 200.000 (Einaudi)
La coscienza di Zeno, di Italo Svevo (dal 1950), 200.000 (dall'Oglio)

(Anche questi dati sono stati raccolti presso gli uffici-stampa editoriali e sono aggiornati al 15 ottobre 1971).

Ora non c'è dubbio che l'orchestrato clamore intorno a certi fenomeni stagionali, sia soltanto la manifestazione effimera di qualcosa di molto più concreto, relativamente stabile e sostanzialmente immutato da tempo: la prevalente produzione di fiction da parte dell'industria editoriale italiana (secondo un'inchiesta di Gaetano De Leo, su « La Comune » ottobre 1969 - gennaio 1970, nei cataloghi del 1969 circa il 75% dei titoli di Mondadori e il 60% di Rizzoli, BUR esclusa, erano di letteratura e di arte); la preoccupazione di darsi un blasone culturale (più o meno sommariamente restaurato, come provano alcuni dei titoli sopra citati) per evidenti fini di tattica e di strategia editoriale; e l'impegno di una complessa macchina promozional-pubblicitario-persuasiva (pubblicità, premi letterari, « lavoro » sui recensori e sulle pagine letterarie, creazione e montatura di statistiche dei best-sellers basate ad arte su poche librerie alla moda delle principali città: tipica quella settimanale dell'ANSA).

Cose note, ma che vale la pena di ripetere qui; con l'aggiunta — fondamentale — che dietro la cortina fumogena di questa non disinteressata ricerca di un credito culturale, si leva massiccia (da vent'anni a questa parte) una ben diversa realtà, che semmai oggi è ancor più massiccia di ieri.

2. *Chi* legge, anzitutto. Il foglio numero 35 dell'Istituto centrale di statistica riferiva che nel 1970 la tiratura dei libri (scolastici e non) in Italia, era stata di 108.605.000 copie. Il che significa una media annuale di 2 copie per ogni italiano, compresi analfabeti, semianalfabeti, infanti e deboli di vista. Due copie, va sottolineato, tirate e non necessariamente vendute o lette. E, ancora, 2 copie che rappresentano soltanto una media, scaturita dai profondi squilibri che anche e più che mai in questo campo si registrano tra zone cosiddette sviluppate e sottosviluppate, tra città e campagna, eccetera.

Ne deriva, senza troppi sforzi di fantasia, senza troppa necessità di argomentazioni, il quadro di un mercato estremamente ristretto, diviso tra la lettura obbligata dei testi scolastici (33.624.000 sul totale della tiratura) e una lettura extrascolastica ancora limitata a un'area di casalinghe di medio reddito, studenti, soci di circoli culturali e critici di professione *.

E d'altra parte, *che cosa* si legge? Uno sguardo appena attento al mercato fa scoprire facilmente — al di là di qualche centinaio di migliaia di copie dei best-sellers « di qualità » — la dilagante marea della produzione che si riallac-

* Un successivo foglio dell'Istituto centrale di statistica, uscito quando il presente fascicolo era già composto in bozza, registrava un calo dell'8% della tiratura complessiva di libri, dal 1970 al 1971.

cia alla tradizione del « romanzo popolare » (nel suo significato più commerciale) e che oggi si articola in diversi livelli (dai più dignitosi ai meno) di consumo. Basterà osservare la tabella che segue (comprendente anche il teleromanzo, punto di riferimento irrinunciabile in un discorso come questo) e confrontarla con l'albo d'oro già presentato:

COSTUME
Puzo, *Il padrino*, 160.000 copie (dall'Oglio e Club degli editori)
EROTICI
Arsan, *L'antivergine*, 200.000 (Forum e edizioni-pirata)
FANTASCIENZA
"Urania" (quattordicinale), media di 35.000 a titolo (Mondadori)
FOTOROMANZI
Grand Hôtel (settimanale), media di 1.200.000 a numero (Universo)
Bolero film (settimanale), media di 600.000 a numero (Mondadori)
Sogno (settimanale), media di 500.000 a numero (Rizzoli)
GIALLI
"Il giallo Mondadori" (inediti, settimanale), da 85.000 a 100.000 a titolo
"I classici del giallo" (ristampe, quattordicinale), media di 60.000 a titolo (Mondadori)
"Le inchieste del commissario Sanantonio" (mensile), media di 30.000 a titolo (Mondadori)
"I gialli Longanesi" (settimanale), da 25.000 a 60.000 a titolo
"I Garzanti", serie gialli, media di 30.000 a titolo
"R", da 15.000 a 25.000 a titolo (Garzanti)
GUERRA
Hassel, *Generalen SS*, 60.000 (Longanesi)
Mac Lean, *Forza 10 da Navarone*, 51.000 (Longanesi)
Carnegie, *I difensori di Montecolle*, 30.000 (Longanesi)
NEOROMANTICI
Fowles, *La donna del tenente francese*, 103.000 (Mondadori e Club degli editori)
Heyer, *La ragazza chiamata Carità*, 32.000 (Mondadori)
ROSA
Liala (ristampe), media annuale di 14-17.000 (Sonzogno)
Gasperini, media di 50.000 a titolo (Rizzoli)
"Le ore" (inediti e ristampe), media annuale di 50.000 (Mursia)
SPIONAGGIO
"Segretissimo" (settimanale), da 65.000 a 75.000 a titolo (Mondadori)
"Spia contro spia" (mensile), fino a 29.000 a titolo (Longanesi)
TELEROMANZI
Davide Copperfield (1966), media indice di ascolto per puntata 15.400.000, e indice di gradimento 82
Il mulino del Po (1971), 14.300.000, e 75
WESTERN, SAFARI, VIAGGI
"I western Longanesi" (mensile), fino a 38.000 a titolo
"Nuovi Sonzogno" (quindicinale), da 10.000 a 50.000 a titolo
(Anche questi dati sono aggiornati al 15 ottobre 1971, sulla base delle informazioni fornite dagli uffici-stampa editoriali per la stagione 1970-71).

Altri dati, poi, sembrano confermare che la produzione consumistica è in crescendo. Per qualche filone in crisi, di idee oltre che di vendite (la fantascienza o la letteratura erotica) ce ne sono altri, come quelli del romanzo giallo e del fotoromanzo, che continuano a conoscere sempre nuove fortune, variando le formule e gli ingredienti, e altri ancora, come il genere rosa, che tengono bene. *Bolero film*, per esempio, era partito con 80.000 copie, e nella nostra tabella supera largamente il mezzo milione; i gialli hanno più che raddoppiato la tiratura negli ultimi vent'anni; Liala e la Gasperini non disarmano.

Qualche ottimista potrebbe obiettare che dietro le apparenze più vistose, i vari generi in realtà stanno mutando, recepiscono temi nuovi, veicolano idee più moderne; e che tutto questo va pur messo — poco o tanto che sia — nella colonna degli attivi di un immaginario bilancio culturale. Certo, ai rassicuranti vegliardi dell'Ottocento, la TV alterna il problematico Thomas Mann; ai militari di carriera, alle mamme e ai giovani poveri, il romanzo a fumetti sostituisce cardiochirurghi, operai infortunati e combattenti nel Vietnam (tema, quest'ultimo, che ha impegnato qualche tempo fa Luciana Peverelli); i romanzi rosa passano dalla castità del bacio alle crudezze dell'aborto, dall'equilibrio delle giuste nozze ai disordini della droga. Ma al di là di questo scoperto gioco delle parti, le strutture di fondo del « romanzo popolare » o delle sue riduzioni televisive, hanno tutta l'aria di essere rimaste miracolosamente indenni dagli sconvolgimenti della società e del costume nell'ultimo secolo. Valga il confronto con lo schema critico e i criteri selettivi su cui è impostato l'*Almanacco Bompiani 1972*, dedicato al tema « Cent'anni dopo. Il ritorno dell'intreccio ». Schema e criteri facilmente desumibili dal saggio introduttivo di Umberto Eco (curatore del volume insieme a Cesare Sughi) e dalla fisionomia generale della rassegna storico-critico-antologica:

a) intreccio e caratteri sociologici, ideologici, psicologici dei personaggi come cliché (dai *Tre moschettieri* ai *Misteri di Parigi*);
b) combinatoria prefissata della vicenda, con il ripetersi di situazioni e colpi di scena prevedibili, che richiedono al lettore non sorpresa ma mera e pigra attesa (le immancabili vendette di Edmond Dantès, o i puntuali successi di Arsenio Lupin);
c) funzione consolatoria (il facile pianto della fanciulla sventurata o i fiori di arancio di tanti romanzi rosa);
d) presenza del superuomo carismatico (da *Giuseppe Balsamo* ai *Miserabili*);
e) strutture narrative determinate dalla distribuzione (il feuilleton a puntate), nel senso di un meccanismo romanzesco che procede a balzelloni, risolvendo ogni volta un problema particolare, in una prospettiva per così dire « riformistica ».

Quante storie poliziesche o sentimentali o avventurose di oggi resisterebbero a una verifica del genere? Lo stesso criterio della distribuzione periodica, del resto, si perpetua da tempo all'interno di collane concepite come un seguito di vicende gravitanti in un mondo immutabile.
Una conferma indiretta viene appunto dal « ritorno dell'intreccio » ottocentesco sul mercato culturale italiano, da cui lo stesso *Almanacco Bompiani 1972* ha preso spunto per la sua rassegna: le ristampe dei *Tre moschettieri*, dei *Misteri di Parigi*, di quattro libri di Verne, la riesumata serie di Tarzan, *I Beati Paoli* di Natoli, il ciclo dei corsari e dei pirati della Malesia di Salgari, Arsenio Lupin alla TV, e — tra i titoli più recenti — *Love Story* e *Anonimo Veneziano*. Opere, di assai diverso livello, ma appartenenti a uno stesso fenomeno socio-culturale.

3. Se degli elementi di novità si possono individuare nella situazione attuale, essi vanno nel senso di una più sottile e « razionale » articolazione della produzione e del mercato culturale capitalistico. Già da quanto si è detto, appare abbastanza chiaro che il processo in corso non si esaurisce in un mero gonfiamento quantitativo dei generi « popolari » di ieri. La gloriosa ricetta dei nonni è stata qua e là aggiornata (con ingredienti ordinari o sofisticati) dagli efficienti cucinieri della moderna industria culturale, in funzione di un pubblico sempre più socialmente differenziato. Il paternalistico cuoco delle mense popolari di cent'anni fa, va cedendo via via il passo agli anonimi chef bibliocratici di razionali self-service, con reparti di I, II, III, IV classe..., che danno agli avventori l'impressione gratificante di essere tutti uguali o tutti diversi, a seconda del livello (basso o alto) dal quale guardano gli altri. Fuor di metafora, il sistema borghese è passato dalla fase della cultura (e pubblico) « popolare » alla cultura (e pubblico) di massa interclassista, con prodotti e livelli solo apparentemente lontani tra loro: la midcult di *Love Story*, e la masscult di Liala; il bestseller

italiano alla moda in edizione rilegata, e la successiva ristampa in edizione economica; e via dicendo.
In fondo tutti i titoli considerati fin qui, dai più blasonati ai più volgari, finiscono per rientrare in una stessa logica di ferro, indipendentemente dal « messaggio » o dal « valore culturale » implicito nella loro pagina scritta. Quanto alle opere, in particolare, contemporanee e classiche, che per forza propria escono largamente da ogni schema, c'è sempre un sapiente e articolato lavoro di manipolazione, confezione e veicolazione del prodotto (copertina, risvolti, pubblicità, mercato, pubblico precostituito) che si incarica di ricondurvele; così può capitare, magari, che *Eugenia Grandet* venga letta e recepita come *Le due orfanelle*, e *Paolo il caldo* come l'ultimo pornò di autore anonimo.
Si crea, in sostanza, una vasta area di consumi, che approfondisce e complica il tradizionale distacco tra le due culture (quella per i pochi privilegiati e quella per i molti subalterni; i ristoranti di lusso e le mense comuni, insomma). Da un lato quest'area si contrappone alle sfere di élite sempre più avanzate ed esigenti; dall'altro ripropone in se stessa quel distacco, non più tra due livelli di consapevolezza e di cultura, ma tra vari livelli di passività e di consumo (più sofisticati e à la page, o più ritardati e degenerati e vieti, eccetera).
L'industria culturale, in sostanza, quanto più va facendosi « razionale » e moderna e dinamica nella sua macchina produttivo-distributiva (almeno tendenzialmente, essendo essa ancor oggi pesantemente zavorrata da impacci e ritardi preindustriali), tanto più retriva, conservatrice, immobilistica rimane nei suoi contenuti di fondo: in primo luogo, gli archetipi « eterni », i « valori » astorici, i « sentimenti immortali », e le pose fatali di lontana derivazione tardoromantica, ormai completamente degradati.
Si aggiunga, poi, che la presente fase di restaurazione dei « buoni sentimenti » rientra nel quadro di una restaurazione ben più vasta e profonda, che investe l'intero orizzonte politico, sociale, ed economico, come è ben noto.

4. Un discorso particolare merita, in questo quadro, il fenomeno dei libri economici, dei « tascabili » o pocket: uno dei più interessanti e nuovi, per l'Italia, nell'ultimo decennio. Esso ha rappresentato, in particolare, uno dei più vistosi tentativi dell'industria culturale per allargare l'area di lettura del romanzo. Caratteristiche principali: prezzi bassi e diffusione in edicola. Ecco qualche cifra (come le altre, raccolte presso gli uffici-stampa editoriali, riferite alla stagione 1970-71 e aggiornate al 15 ottobre 1971):

"Oscar" e "Oscar L", dal 1° gennaio '70 al 31 agosto '71 (titoli nuovi, romanzi e non), 4.914.000 copie (Mondadori); romanzo best-seller delle collane, Cassola, *La ragazza di Bube* (dal 1964), 446.800.

"I Garzanti" (come sopra), oltre 3.500.000; romanzo best-seller di tutti i tascabili Garzanti, Golon, *Angelica e le notti di Versailles* (dal 1965), 210.000.

"I pocket italiani", media di 40-60.000 a titolo, con punte di 200.000 e 500.000 ("Superpocket", Longanesi).

I difetti generali di questo tentativo sono ben noti: caoticità e casualità delle scelte, angusta impronta letterario-romanzesca delle collane, stragrande prevalenza di ristampe, « confezione » e « distribuzione » del « prodotto » (dalla veste grafica ai brevi risvolti alla pubblicità eccetera) come appiattimento dei vari livelli « qualitativi » e dei vari « messaggi » sotto il segno di un unico marchio. (Fra parentesi, e non certo per fare della facile ironia, basterà ricordare l'Oscar Mondadori *I Malavoglia*, del 1965, con un padron 'Ntoni in copertina, molto più somigliante a un vecchio playboy davanti alla sua « barca »: ennesima incarnazione di una figura tradizionale, il grande seduttore, che in questo caso doveva servire anzitutto a far vendere il libro, senza preoccuparsi minimamente di quello che c'era dentro).
In generale il « tascabile » ha finito per riproporre un'altra variante della cultura di serie B destinata agli strati meno abbienti, nel nuovo quadro interclassista già indicato.

Recentemente il panorama dei libri economici (e degli Oscar in particolare) è cambiato, soprattutto per quanto riguarda la presentazione critica (molto più ricca) e le discipline rappresentate, mentre i prezzi sono rimasti abbastanza contenuti. Vi è stata introdotta la saggistica politica e sociale, la manualistica e la poesia: la quale ultima, per esempio, ha anche registrato buone tirature. Lo Whitman e lo Eliot degli Oscar hanno toccato in circa 6 mesi (tra il 1971 e il 1972) rispettivamente le 18.000 e le 20.000 copie vendute. Ma il senso complessivo dell'operazione, così come risulta dagli apporti delle varie collane, non è sostanzialmente diverso.

« Nell'ultimo anno il costo della vita è aumentato del 5, del 6, del 7 per cento, mentre il prezzo medio dei libri è aumentato del 50 per cento circa »; perfino quello dei libri « giacenti in magazzino ». Questo fenomeno vistosamente speculativo ha aggravato una situazione già fortemente squilibrata e caratterizzata in primo luogo dal distacco tra le due culture: quella dei poveri e quella dei ricchi. Di qui ha preso recentemente le mosse una interessante analisi condotta da Giuseppe Bonura su « Sette Giorni » (20 febbraio 1972), e centrata su alcuni problemi fondamentali della politica editoriale in Italia (anche se talora Bonura sembra forzare un po' le cifre del caro-libri). Un'analisi, in particolare, che può costituire un ottimo spunto per approfondire il discorso.

Da un lato, dunque, osserva Bonura, i « tascabili » che, con un prezzo pur sempre accessibile nonostante tutto (sulle 600 lire) e con una distribuzione che arriva anche nelle edicole, sono ancora pesantemente condizionati dalle ristampe. Dall'altro le prime edizioni di saggi e romanzi, le novità, le opere di attualità, con prezzi oscillanti tra le 3.000 e le 5.000 lire e passa, e con una distribuzione limitata praticamente alle librerie. Due sfere opposte, due mondi: le minestre riscaldate nelle mense comuni, e i piatti espressi più invitanti nei ristoranti di lusso (per riprendere la nostra metafora). Né smentiscono minimamente il quadro collane semieconomiche come Centopagine di Einaudi (600-1.000 lire a titolo), una serie di capolavori brevi dal primo Novecento in su, scelti con intelligenza da Calvino: sia perché essa presenta soltanto opere narrative, sia perché resta riservata ai frequentatori (sempre un po' privilegiati) delle librerie.

Il problema, comunque (e lo vedremo meglio riprendendo il discorso nelle conclusioni), va molto oltre. Ridurlo, anzitutto, al distacco tra le due culture inteso nei suoi termini tradizionali (come fa sostanzialmente Bonura), significa dimenticare che anche i consumi culturali più costosi e sofisticati rientrano in una stessa logica di fondo (se si eccettuano alcune élites, più vaste di ieri, ma pur sempre élites).

D'altra parte il prezzo o il canale di vendita sono indubbiamente aspetti illuminanti di una situazione, e sono altresì « strettoie » da rompere, ma nel quadro di una più generale trasformazione dell'industria culturale di massa, delle sue strutture e delle sue scelte. Agire soltanto sui prezzi e sui canali, senza trasformare la macchina produttivo-distributiva, e quindi il suo tipo di « prodotto » (come sostengono i teorici del marketing) non servirebbe minimamente a colmare il distacco tra le due culture (inteso sia nel suo significato più tradizionale, sia nella nuova articolazione di diversi livelli di consumo; non servirebbe, cioè, neppure ad avvicinare tali livelli tra loro). Contribuirebbe, tutt'al più, ad allargare il mercato culturale capitalistico, attraverso la creazione di condizioni di acquisto meno imprevedibili e disparate, e la « razionalizzazione » (secondo le indicazioni di quegli stessi teorici) di una rete distributiva ancora largamente caratterizzata da carenze e sperequazioni, tra Nord e Sud, città e campagna, eccetera.

5. Tutti questi problemi si inquadrano poi nella situazione generale dell'editoria culturale di massa, sempre più costretta a fare i conti con una crisi che investe in modo ormai irreversibile le sue strutture ancora largamente ferme a livelli preindustriali (o addirittura a forme di conduzione artigianale e familiare), e a

compiere scelte radicali di « razionalizzazione » industriale. Il quadro che ne deriva è estremamente contradditorio, ma con alcuni elementi comuni. Lo stato di difficoltà economica e organizzativa, in cui versano le case che non hanno saputo o potuto compiere queste scelte; l'aggressività della FIAT e l'impronta manageriale che essa porta nella ristrutturazione delle aziende editoriali di sua proprietà; la parcellizzazione del lavoro culturale che già caratterizza non pochi settori di produzione (per quanto riguarda soprattutto l'editoria scolastica); il tendenziale trapasso dall'editorial-letterato tradizionale (e dall'istituto dell'autonomia culturale) al moderno specialista funzionale alla « razionalizzazione » del sistema (e ad un ambito operativo tecnicamente « neutrale »); il profilarsi di una trasformazione della produzione libraria in direzione dei nuovi mezzi audiovisivi (un processo molto rallentato, a quanto sembra, ma non certo interrotto); la lotta che sempre più spesso esplode, anche in aziende apparentemente stabili, tra vecchia guardia e new management, tra amministratori di famiglia e uomini del marketing, divisi peraltro essenzialmente sui modi di ottenere gli stessi obiettivi. Tra i quali, primo e fondamentale, l'allargamento e consolidamento dell'area dei consumi culturali.

Sono questi i lineamenti sommari di una situazione che meriterebbe ben più diffuse e approfondite considerazioni; a cominciare dalla valutazione del ruolo che, nella maturazione di questa crisi, ha avuto la crescita sindacale nel mondo dell'editoria libraria. Ma non è questa la sede.

Può essere semmai interessante, a proposito del problema dei consumi culturali, un raffronto (solo apparentemente paradossale) con la televisione, e con quello che è forse il suo spettacolo più emblematico: « Canzonissima ». Giovanni Cesareo e Ivano Cipriani osservano in questo fascicolo che la televisione rappresenta il modello più avanzato (in senso capitalistico) dell'industria culturale. Se ne può dedurre, fra l'altro, una considerazione: che cioè la televisione stessa sembra prefigurare il mercato culturale e il « pubblico consumatore », così come li vorrebbe in fondo l'industria culturale di massa. La stessa scelta di partenza (non questo o quel programma, ma *il televisore*, e la dirigenza che lo gestisce), le limitate possibilità di scelte ulteriori (due canali), il condizionamento degli orari e delle abitudini (create con un bombardamento quotidiano e con una presenza massiccia nell'ambito familiare), le decisioni dei programmi centralizzate, e via dicendo, tendono a portare alla creazione di un « pubblico » interclassista, acritico, meramente recettivo, pigro, neutralizzato nelle sue connotazioni sociali, professionali, ideologiche, psicologiche, umane.

Se il « pubblico » del romanzo di oggi (élites escluse) è ancora formalmente differenziato in alcuni livelli di gusto o di censo, che continueranno ancora per molto tempo a coincidere con gli interessi dell'industria culturale, quello del teleromanzo e soprattutto quello di « Canzonissima » non lo è quasi più (dove il « quasi » si riferisce al diverso « atteggiamento » con cui questa o quella categoria di telespettatori si pone davanti al video; e si veda su questo ancora il saggio di Cesareo). Né smentisce la sostanza del discorso il diverso tipo di struttura del programma (romanzo e rivista), se è vero che la tendenza ideale e certi ingredienti di fondo sono gli stessi. (Certo, la televisione, a differenza delle varie aziende editoriali, è un organismo statale, nei confronti del quale dovrebbe essere possibile, oggi e in prospettiva, una più diretta partecipazione e incidenza critica da parte delle forze di opposizione, e del movimento operaio organizzato in particolare; ma la realtà di fatto non sembra incoraggiare troppo una tale ipotesi).

A « Canzonissima '71 » e al fenomeno « Canzonissima » in generale, « Bianco e Nero » ha dedicato il suo intero fascicolo novembre-dicembre 1971, portando non pochi elementi a conferma della tesi fin qui svolta. Uno degli autori della trasmissione per esempio, Pipolo (al secolo Giuseppe Moccia), all'intervistatore che gli chiedeva la sua « ipotesi di pubblico », rispondeva con brutale franchezza: « ... vale la legge del convoglio: durante la seconda guerra mondiale si preparavano convogli di 50-60 navi da scortare; si adeguava la velocità alla nave

più lenta. Anche noi ci si adegua. » E il presentatore Corrado (nato Mantoni), dal canto suo: « ... è il pubblico quello che comanda, nel pubblico non si può fare una distinzione di destra, di sinistra, di centro: è il pubblico. Direi che in quel momento sono tutti padri di famiglia, e i padri di fronte alla famiglia sono tutti uguali: desiderano che il loro figliolo studi, che sia un bravo ragazzo, che si inserisca nella società eccetera, cioè ci sono principi effettivamente uguali per tutti, al di là delle idee politiche ».

L'omogeneizzazione del « pubblico » tende perciò a realizzarsi al livello più arretrato, acritico, inerte, e sotto il segno dei valori borghesi più convenzionali, ritardati, equivocamente « apolitici », e in realtà qualunquistici. Certo, « Canzonissima » porta anche in primo piano aspetti più aggressivi e moderni, come il mito della competitività e del successo (sia pur temperato qua e là da un'aria di tombola familiare e paesana), ma la preponderanza di certi ingredienti e la « maschera » di certi « personaggi » è tutta in chiave con l'ideale perbenistico di Corrado.

Sono interessanti, a questo proposito, alcune considerazioni dei curatori del fascicolo sullo stesso Corrado « uomo-medio » e sulla Carrà « donna sexy-familiare »; mentre illuminante è l'analisi delle categorie tematiche di « Canzonissima '71 », da cui risulta che i « valori eterni » della tradizione cattolico-borghese (amore, famiglia e religione) rappresentano il 22% dell'intera trasmissione e il 64,4% di tutte le canzoni presentate.

Ora, tornando al punto di partenza, sappiamo bene che il processo di allargamento dell'area dei consumi culturali da parte dell'industria culturale nel suo insieme, non è esente da contraddizioni anche attive. Esso si è scontrato e si scontra, tra l'altro, con una crescita politica di vasti strati operativi e studenteschi, che talora tende a maturare anche scelte sempre più consapevoli a livello ideale e culturale. Ne sono protagoniste (di queste scelte) le élites cui si è già fatto riferimento, e che risultano notevolmente più consistenti rispetto al passato. Ma sono appunto (lo ripetiamo) delle élites, che vengono a trovarsi sempre più lontane dai consumi di massa, almeno nelle loro linee di tendenza fondamentali, e che anzi molto spesso rinunciano a partecipare le masse di questa loro critica consapevolezza. Il sistema, del resto, appare disposto a favorire in ogni modo un tale distacco. Anche per questo si sono moltiplicate negli ultimi anni le teorizzazioni di un futuro assetto editoriale, nel quale alle aziende maggiori, orientate verso la produzione di massa, si accompagnino piccole case editrici rigorosamente specializzate in un ambito (di produzione e di diffusione) molto ristretto.

Sono, anche questi, temi che non è possibile approfondire qui e che si accennano soltanto, come elementi di chiarificazione del discorso.

6. L'industria editoriale (e quella del romanzo in particolare), nonostante tutti i suoi ritardi, è già abbastanza avanti sulla strada emblematizzata nel fenomeno televisivo; già oggi si può dire che non esiste più, e da tempo, un autentico interlocutore collettivo che non sia, appunto, circoscritto a delle sfere di élite. Il lavoro dello scrittore è investito sempre più direttamente e pesantemente da questa situazione oggettiva: che si manifesta attraverso condizionamenti ora massicci e grossolani, ora occulti e sottili, o anche attraverso le teorizzazioni dell'editing e del « prodotto medio » di buon livello. C'è anche qualche editore che cerca di « razionalizzare » il processo fin dal momento della lettura redazionale di un inedito italiano o di un romanzo straniero da tradurre. Ecco per esempio il testo integrale di un modulo interno, usato da una delle maggiori case editrici di romanzi in Italia, che può illuminare ancor meglio molte delle cose dette fin qui:

« AVVERTENZE AL LETTORE

A integrazione dello consueta "lettura" critica, del consueto giudizio culturale e di gusto, gradiremmo che Lei rispondesse al maggior numero possibile delle domande che seguono, pur se Le paiano oziose o capziose. Ovviamente, alcune si riferiscono ad opere narrative, altre solo ad opere saggistiche.

Per le opere narrative, in ogni modo, desideriamo anche un breve riassunto della vicenda, e un cenno sui personaggi-chiave, se ci sono personaggi.
Questo modulo va restituito insieme col libro, impersonalmente, alla Segreteria eccetera.
(Il libro in lettura) ha avuto premi letterari? Quali?
E' stato scelto da un club del libro?
E' stato pubblicato in condensato, in estratti, a puntate? Dove?
E' già stato tradotto o riedito o coedito altrove? Dove?
L'autore, è « un personaggio »? Ha scritto altri libri notevoli? Quali?
In Italia ne è stato pubblicato qualcuno? Quale, e presso quale editore? Con quale successo?
A quale livello questo libro si inserisce fra gli altri dello stesso autore?
Questo libro come è stato accolto dalla critica nel paese originario e all'estero?
Si è inserito in una classifica di best-sellers? Quale, e con quale grado e durata?
E' un "caso letterario"?
Ne han tratto o si sa che pensino di trarne un film? Se ne conosce il regista?
Ha avuto noie con le censure?
L'ingrediente "sesso" come è usato?
Ha una carica polemica?
L'editore italiano potrebbe "montare" la pubblicazione del libro? all'insegna di qualche slogan? approfittando di qualche circostanza?
Il libro potrebbe essere utilizzato o vistosamente presentato, per esempio, da ..., o da un altro rotocalco italiano? Quale?
Quale diffusione Ella crede che potrebbe avere l'edizione italiana?
Potrebbe, a Suo giudizio, interessare particolari categorie di lettori? Quali?
Per contro, potrebbe offenderne altre? Quali?
E' un'opera "di attualità"? Invecchierà presto?
E' un'opera di divulgazione? A che livello?
La traduzione presenterebbe particolari difficoltà? Di che genere?
Di che temperamento dovrebbe essere il traduttore?
Si dovrebbe affiancargli un "tecnico"? O basterebbe una revisione "tecnica" a traduzione compiuta?
L'edizione italiana avrebbe bisogno di una prefazione? di una nota? di adattamenti? di integrazioni? di chiose?
In quale delle collezioni della Casa questo libro può essere inquadrato?
Se si tratta del romanzo di un esordiente o comunque di un autore ancora giovane e non definitivamente caratterizzato, La preghiamo di rispondere anche alle seguenti altre domande:
Si tratta del solito racconto autobiografico di chi non sarà mai in grado di "inventare" una vicenda?
Si tratta di una letteratura di ricalco, o l'autore rivela motivi di una sia pure elementare originalità?
E' lecito credere in un futuro impegno letterario professionale dell'autore?
Si tratta di un libro stilisticamente impegnato? E in quale direzione? ».

7. Non c'è dubbio che, a questo punto, si debbano registrare alcune sconfitte storiche. L'appassionata ipotesi di Gramsci, di un romanzo « nazionale-popolare » italiano, si è infranta contro le nuove strutture della cultura di massa. Mentre del resto altri paesi hanno conosciuto lo stesso fallimento assai prima: Dos Passos scrisse a suo tempo che la morte di Fitzgerald aveva significato anche questo, il tentativo mancato, l'incapacità o impossibilità a utilizzare le forme del romanzo di consumo per nuovi contenuti.
Ormai, in sostanza, ogni accettazione (esplicita o implicita) di una dialettica scrittore-pubblico nei termini vigenti nasconde sempre il rischio di un condizionamento conservatore e di un compromesso consumistico, soprattutto perché lo scrittore è privo del sostegno di una classe (dominante o sfruttata) di per sé capace di configurarsi consapevolmente anche come interlocutore collettivo reale, come mo-

mento attivamente critico; paradossalmente, nel loro complesso borghesia e proletariato (con tutte le loro differenziazioni e sfumature sociali interne) appaiono tanto indistinte sul piano del consumo culturale quanto sono divise sul piano della lotta politica, sociale, economica. Sì che alla fine è la componente più passiva e arretrata — quella, magari, dei « sentimenti eterni » — a connotare ideologicamente il « pubblico » nel suo insieme.
Ma come reagiscono nella situazione italiana, gli scrittori e i critici e gli studiosi (ai diversi livelli disciplinari) delle comunicazioni di massa? La nostra inchiesta dovrebbe servire a chiarire anzitutto questo punto.
Le risposte date al Questionario sono disparate, non sempre esplicite, ma non è difficile individuare alcune posizioni più o meno ricorrenti o emblematiche, stabilendo anche qualche nesso (per svolgere meglio il discorso) con risposte di registi e critici del cinema e della televisione. Nella breve rassegna che se ne darà qui, si considereranno principalmente le posizioni che partono da una presa di coscienza critica e/o autocritica della situazione oggettiva sopra descritta (e quelle in particolare, tra queste, che rientrano più direttamente nel nostro discorso).
C'è anzitutto una consapevolezza abbastanza diffusa della inesistenza oggi di un destinatario collettivo non meramente recettivo, ma attivamente critico; la si avverte, per esempio, in modo più o meno esplicito (e da punti di vista diversi), nelle risposte di Agosti, Ferrarotti e Paolini, il quale ultimo porta anche direttamente il discorso sui condizionamenti cui è soggetto lo scrittore.
In questo quadro, « l'ideale comune di romanzo e di film » può apparire soltanto (« differenze formali » a parte) come una formula consumistica dell'industria culturale, secondo quanto sostengono sostanzialmente Luccio e Raboni.
Che cosa fare, allora? Scrivere anzitutto « per se stessi », rispondono in modo un po' sbrigativo e immotivato Antonioni e Paolini; mentre Baldacci porta il discorso più in là. Lo scrittore del passato, egli dice, scriveva « per sé » e poteva accadere che in seguito sulla sua personalissima « lunghezza d'onda » si sintonizzasse « una miriade di lettori ». Una distinzione tra due momenti (quello di una motivazione tutta privata e quello di una rispondenza collettiva), che rappresenta certamente un utile invito a non cadere in pericolose illusioni e confusioni, interpretando un successo con grossolani schemi socioculturali; ma una distinzione, al tempo stesso, che finisce per non aiutare molto nell'analisi di tutta la problematica di un destinatario collettivo oggi.
Anche Caruso, in una prospettiva diversa, contribuisce opportunamente a superare ogni schematica e deterministica interpretazione del rapporto autore-destinatario, portando (con l'altra distinzione, tra « destinatari coscienti » e « inconsci ») la riflessione e il dibattito sulle intenzionalità meno immediatamente decifrabili dello scrittore. Ma egli sembra poi interpretare ogni tentativo di « consapevole » impostazione di un tale rapporto oggi, come inevitabilmente condannato a diventare programmazione « neo-illuministica » e « sociopedagogica », gestione illuminata dei consumi culturali, amministrazione oculata di una tradizione risaputa. Oggettivamente ignorando (forse al di là delle sue stesse intenzioni) che quel rapporto può e deve essere « consapevolmente » analizzato e demistificato e trasformato fin dalle sue più profonde radici strutturali, sociali e politiche; e che solo da una tale analisi e demistificazione e trasformazione, potrà scaturire anche una letteratura come autentica liberazione dell'« inconscio », innovazione, attiva proiezione nel futuro.
Molto diffuso (e non occorreva certo quest'inchiesta per saperlo) è l'atteggiamento di chi ipotizza, come unica alternativa al « pubblico » di oggi, quella del lettore di élite, del sodale, dell'amico, del compagno di lotta. Al lettore di strettissima élite, presente e/o futuro, si rivolgono da tempo gli scrittori, come all'unico possibile interlocutore critico nella situazione attuale. Buzzi insiste molto su questo punto, partendo dalla convinzione che la ricerca di un destinatario collettivo immediato, nella situazione attuale, è quanto meno falsa e pericolosa: e ipotizzando « rari, imprevisti e imprevedibili destinatari, fra i contemporanei e i posteri ». Scrivere « per le minoranze », « per gli amici », dichiara Castellaneta; e

accenti analoghi circolano in modo più implicito in altre risposte. Posizione che, per la sua parte di critica a un « pubblico » subalterno e corrotto, ha indubbiamente in sé degli elementi attivi (anche se poi bisognerebbe verificare nella pratica fino a che punto questo o quello scrittore non miri a una più vasta lettura delle sue opere); ma che lascia anch'essa scoperti e irrisolti tutti i problemi economici, politici e sociali, che sono a monte del diretto rapporto tra lo scrittore e il suo lettore privilegiato, o il suo non-lettore subalterno; che, ancora, emargina del tutto il problema stesso di un destinatario collettivo, comunque considerato.
E' curiosa, a questo proposito, la risposta di Petri; il quale, dopo aver mostrato una ben precisa consapevolezza dei problemi connessi al privilegio di classe dello scrivere e del leggere, eccetera (e della relativa « discriminazione delle classi lavoratrici dal "farsi" della cultura »), finisce per risolvere bruscamente il suo discorso problematico e interrogativo, con il ricorso agli « amici » e con una assai volontaristica dilatazione di essi a delle « diecine di migliaia ».
Ma c'è anche chi, pur rifiutando il « pubblico » presente, non intende scrivere né « per sé » né « per gli amici », ma ipotizza un destinatario futuro con una carica politica che vuol essere già incidente oggi. E' il caso di Bonura, e più esplicitamente ancora di Raboni, il quale teorizza una tensione volta a negare la situazione vigente (con le sue strumentalizzazioni, subalternità, mercimoni), e per ciò stesso in grado, proprio in forza di questa sua negazione, di identificare un destinatario futuro alternativo. Posizione per molti versi attiva, ma che sembra affidare ogni possibilità di riuscita allo scrittore e all'atto autonomo dello scrivere: all'istituto dell'intellettuale, cioè. Anche la partecipazione politica della cui necessità Bonura e Raboni appaiono più o meno dichiaratamente consapevoli, tende a configurarsi come fatto individuale; con tutti i limiti relativi.
Contribuisce a questo, indubbiamente, quanto di « tradizionale », preindustriale, romantico-idealistico, il fare letteratura porta oggettivamente dentro di sé; nel senso che la residua, e magari inconsapevole, fiducia nell'istituto dell'intellettuale come istituto autonomo, arbitro (nonostante tutto) del suo destino, porta più facilmente il letterato, primo erede di questa tradizione, a porsi appunto obiettivi (vicini o lontani) illusoriamente autonomi, chē l'opera sarebbe in grado di raggiungere per forza propria.
E può essere significativo, in questo senso, che due tra gli interventi più concreti di questa inchiesta vengano da due « televisivi », per la dimestichezza con una realtà, che concede davvero assai meno margini a quelle illusioni che invece in qualche modo l'editoria (specialmente a certi livelli di « qualità » e di prestigio) continua a coltivare.
Cipriani e Moscati, infatti, sottolineano come preliminare la necessità di concentrare il dibattito e l'esperienza sull'intellettuale (e non soltanto sullo scrittore) come produttore di cultura, e sul contesto economico, politico, sociale, all'interno del quale egli opera. Il suo rapporto con la macchina produttivo-distributiva del sistema da un lato, e con le forze antagoniste al sistema stesso dall'altro: questo è il vero tema di fondo, come Cipriani e Moscati hanno ben capito. In questo quadro, allora, si può porre correttamente anche il problema del destinatario, e ogni eventuale proposta di un lavoro in questa direzione: lavoro indubbiamente lungo, del quale alcuni interventi hanno colto almeno un momento fondamentale nella scuola. E non ci si riferisce tanto, qui, alla misura burocratico-amministrativa proposta superficialmente da Brass, quanto alla lucida denuncia di Segre. « I progressi dell'istruzione — egli scrive — si verificano oggi (se si verificano) secondo un disegno capitalistico e consumistico; un primo passo, perciò, è quello di cambiare questo disegno ».
Dalla consapevolezza della condizione oggettiva in cui oggi si produce e si consuma cultura, partono alcuni interventi per tentare una serie di proposte alternative a breve o a lungo termine. La « ricerca di canali alterni », la « creazione di strumenti democratici di base », la costruzione di un « sistema capillare » di « controcentri » di informazione e di comunicazione; questa l'indicazione di Lunetta, per un lavoro e per una lotta da svolgersi qui e ora. Alla progettazione di

una « prospettiva futura » radicata in un'esperienza teorico-pratica presente, antagonista al sistema di relazioni e di comunicazioni borghese, si riferisce (per la verità in modo assai sommario) Luperini. Mentre Toti indica nella « pratica militante del lettore-spettatore » come « co-produttore », nel quadro di una trasformazione radicale dei modi di produzione culturale, la possibile soluzione del problema di un « interlocutore ideale ».

Ipotesi di lavoro per molti versi interessanti, che risentono dell'esperienza e dell'elaborazione portata avanti negli ultimi anni da una vasta pubblicistica antiistituzionale, a livelli diversi (più « culturale » quella di Lunetta e Toti, più « politica » quello di Luperini). Assai producente anche qui, fra l'altro, il tendenziale spostamento dell'asse del discorso, dallo scrittore in senso stretto al produttore di cultura in generale. Ma, a parte una certa sommarietà e astrattezza che qua e là affiora in queste posizioni (anche al di fuori del presente fascicolo), si avverte in esse il pericolo di ipotizzare pur sempre un interlocutore di élite: il gruppo di avanguardia letteraria o politica. Se ne mostra consapevole Paris, nel suo appassionato intervento, anche se poi finisce in sostanza per accettarne la necessità.

Sembra risentire meno di questo pericolo la risposta di Guido Guglielmi, pur nel suo carattere di indicazione essenzialmente metodologica. Egli porta la sua analisi nel cuore stesso della comunicazione di massa, ponendo il problema di « un modello critico di decodificazione » da realizzarsi « attraverso un lavoro politico di base ». « La prospettiva è quella di stabilire una connessione tra teoria e pratica, inserendosi nel sistema comunicativo ed usandolo alla rovescia »; allora « il lavoro creativo si eserciterà decontestualizzando i messaggi e inserendoli in un circuito di controinformazione », e facendo leva su tutti quegli « utenti-produttori culturali che non si accettino come pubblico e che sappiano servirsi dei mezzi mezzi forniti dalla comunicazione di massa in direzione divergente ». Dove merita attenzione l'accento posto sulla necessità, anzitutto, di « invalidare » « le forme dominanti della comunicazione », per contrapporvi altre forme *aperte* alla esperienza critica e pratica di opposizione. Ma perché quei « gruppi di utenti-produttori » non si configurino ancora una volta come altrettanti livelli di élite, rimane aperto il problema di una individuazione del terreno concreto — dei concreti bisogni — su cui sviluppare il processo.

8. Ma lo scopo di questo saggio, non è di constatare e commentare l'esistenza di certe posizioni; come neppure di trarre conclusioni e valutazioni definitive. In modo più concreto, e meno ambizioso, si cercherà piuttosto di individuare o sottolineare alcune tendenze, da cui partire per la formulazione di alcune ipotesi non velleitarie di lavoro.

Tra i versanti ideali che si possono seguire attraverso i vari interventi (citati o meno), vanno senz'altro valorizzati quelli (e sono molti) che partono dal presupposto più o meno implicito, secondo cui è del tutto inutile rimpiangere il vecchio e polveroso, e ancora per certi versi gratificante, mondo dell'editoria preindustriale. I sottili margini di « autonomia », « libertà », « indipendenza » (spesso peraltro abbastanza illusori anche allora) che esso lasciava talora all'intellettuale, oggi non rappresentano altro che un mito anacronistico. Il processo di industrializzazione e « razionalizzazione » in corso, pur tra contraddizioni e battute d'arresto, è ormai irreversibile, ed è dalla presa di coscienza di questa realtà che deve partire ogni proposta alternativa, ogni tensione di trasformazione e di superamento: a cominciare dallo smascheramento della falsa « neutralità » del moderno ruolo tecnico-specialistico. Né si risolve (altro presupposto rintracciabile al fondo degli interventi più attivi) la crisi del rapporto autore-lettore, produttore-utente, eccetera, sul piano di una personale coerenza e di un rigoroso impegno morale da parte dello scrittore: insufficiente, da solo, anche a garantire il privilegiato rapporto con i propri « amici ». E neppure può servire una sostituzione di generi (dal romanzo alla poesia, poniamo), come qualche nostalgico della tradizione novecentesca ha sostenuto nel recente passato; giacché il sistema è potenzial-

mente in grado di strumentalizzare e di mercificare anche la struttura letteraria più « oscura », « indecifrabile », apparentemente non fruibile, « dissacratoria » ed « eversiva ».

Se dunque, come affermano alcuni tra gli interventi più lucidi, è necessario partire dal contesto reale (industria culturale capitalistica, da un lato, e forze politiche e sociali antagoniste, dall'altro) in cui si realizza il rapporto tra il produttore e l'utente, non c'è dubbio che tale rapporto potrà essere rovesciato solo da una trasformazione radicale, da un rivolgimento che sia — oltre che politico sociale economico — anche culturale: il che non è sempre automatico, come lo stesso grande Ottobre insegna. Si tratta in sostanza di un processo molto lungo, che deve partire molto a monte: dalla trasformazione della società stessa ai suoi vari livelli.

Non è, questa, la comoda prefigurazione di un'avveniristica rigenerazione universale; non è un'astratta utopia destinata a lasciare le cose come stanno, in attesa di un imprevedibile futuro. E' al contrario una proposta molto concreta, anche se certamente molto difficile: fare di ogni battaglia politica e sociale (anche la più settoriale, la più specifica, la più circoscritta) condotta nel quadro di una strategia generale rivoluzionaria delle riforme di struttura, un momento di battaglia culturale e ideale alternativa, di demistificazione e smascheramento dei messaggi e dei mezzi di comunicazione capitalistica, di controinformazione, eccetera. Ogni iniziativa per la trasformazione di un ente o di un istituto, ogni lotta per la riforma della scuola, ogni azione sindacale (a cominciare da quelle condotte all'interno dell'industria culturale e dell'informazione), ogni movimento reale di base a livello di regione, di provincia o di quartiere, può diventare un terreno concreto su cui condurre contemporaneamente una battaglia per l'emancipazione delle coscienze. Ed è questo fra l'altro (sembra quasi assurdo doverlo ricordare qui) l'unico modo per rendere duratura qualsiasi conquista delle classi subalterne.

Si sono voluti sottolineare soprattutto i livelli di base, i movimenti dal basso, le azioni specifiche — intese naturalmente come astrazioni determinate rispetto all'orizzonte generale di un processo di trasformazione rivoluzionaria — proprio perché è da questi livelli che è possibile realizzare un'ipotesi di lavoro come quella descritta, ed è possibile al tempo stesso invertire la tendenza restauratrice in corso. Le grandi iniziative a livello nazionale — se non vogliono esaurirsi in operazioni di vertice e in manovre meramente riformistiche — dovranno sostanziarsi di questa molteplicità di esperienze teorico-pratiche di base. E non c'è dubbio che molto, se non tutto, dipenderà dalle scelte che le forze antagoniste al sistema, e il movimento operaio organizzato in particolare, compiranno nell'immediato futuro.

In questo quadro anche l'intellettuale che si collochi all'opposizione potrà trovare una funzione diversa da quelle che finora gli sono state assegnate: di mediatore del consenso; o di militante politico oggettivamente scisso dalla sua stessa attività di ricerca culturale « autonoma » o dai suoi stessi compiti tecnico-specialistici « neutrali ». Dire che egli troverà così un terreno particolarmente propizio per mettere concretamente la propria specializzazione al servizio dei *reali* bisogni degli strati subalterni (ancora perduti dietro il soddisfacimento di bisogni *fittizi*, alimentati e soddisfatti incessantemente dalla macchina capitalistica di produzione e di consumo, materiale e culturale); dire questo significherà intendere questa funzione fondata sul costante rapporto tra teoria e prassi, nel senso di un'esperienza nella quale non ci siano né privilegiati né subalterni, ma un incontro tra competenze specifiche (non necessariamente, sempre, dalla sola parte dell'intellettuale) ed esperienze comuni (dell'intellettuale medesimo). Soltanto un lavoro di base così impostato, e condotto con una stessa tensione nelle situazioni più diverse, potrà rompere l'equivoco del « pubblico » e dei suoi consumi interclassisti, e porre le premesse per la creazione di un destinatario collettivo che non sia soltanto un allargamento delle élites già esistenti.

Uscire dalle formulazioni ideali e indicare alcuni esempi concreti (o già parzial-

mente sperimentati nel recente passato, o rimasti allo stato di ipotesi operative) risulterà più facile al di fuori dello specifico ambito dell'industria editoriale libraria, caratterizzata ancora da pesanti remore tradizionali (come *il mito del lavoro* culturale autonomo e privilegiato) negli stessi intellettuali all'opposizione, da una meno diretta presa di contatto con la realtà, da una fase relativamente arretrata di dibattito elaborazione esperienza nella direzione fin qui indicata; per non dire naturalmente della maggiore complessità di mediazioni, condizionamenti, livelli, di un settore privato di produzione estremamente articolato e contraddittorio (aziende piccole medie e grandi, industrialmente sviluppate o meno, eccetera). Ecco dunque alcuni di questi esempi:

l'organizzazione di una biblioteca che *popolare* veramente sia, nel senso che non venga decisa da uno dei soliti comitati di vertice, ma nasca dalle esigenze reali di un paese o di un quartiere, attraverso — anche — l'individuazione dei « vuoti » che l'editoria italiana gravemente lamenta (accanto a tante superflue ridonanze), dei testi veramente necessari che non sa o non vuole offrire; e con proposte, quindi, anche di colmarli; come richiesta *popolare* finalmente, realizzata attraverso quel nesso tra competenze specifiche e bisogni reali che si diceva, e non indotta dai consulenti editoriali o dedotta dagli esperti di marketing in base a criteri che a quei bisogni e a quelle esigenze sono in diverso modo estranei; un'esperienza, questa, in grado anche di dar vita a iniziative editoriali veramente alternative, o di coinvolgere forze che lavorano all'interno stesso dell'industria editoriale capitalistica (ma su questo, in particolare, torneremo);

la realizzazione di film e di circuiti alternativi in situazioni di lotta sociale e politica, partendo dalla base, dal vivo di un'esperienza, e quindi da un'informazione diretta su una determinata realtà, per rielaborarla in una prospettiva più generale, in una interpretazione critica e in un disegno strategico unificante di tutte le esperienze analoghe; come contributo, anzitutto, alla formazione e maturazione ideale di strati subalterni sempre più vasti;

l'impostazione di un lavoro comune tra tecnici, giornalisti, registi della TV, da un lato, e operai e studenti (i cosiddetti « fruitori ») dall'altro, per un'analisi critica dei programmi televisivi, e per l'elaborazione di programmi diversi, nei contenuti e nel linguaggio, contemporaneamente alla creazione di una forza di contrattazione in grado di farli trasmettere; perciò, lavoro specifico sui contenuti e sulle forme, sulla base delle esigenze e necessità reali dei destinatari, connesso organicamente al lavoro politico per rompere il rapporto autoritario tra potere televisivo e « pubblico », e tra quello stesso potere e gli « specialisti »;

l'individuazione e la denuncia, da parte di gruppi di studenti in medicina, delle condizioni di lavoro nelle fabbriche (i pericoli di intossicazione, di infortuni), e la loro azione insieme agli operai per modificarle, attraverso una presa di coscienza sempre più vasta;

la scelta, da parte di un'assemblea popolare, di un medico e di un tipo di assistenza sanitaria, che non si limiti a curare « tecnicamente » la singola malattia, ma la prevenga e ne colga e denunci le radici sociali, in un'azione comune con gli utenti, non più pazienti passivi, ma protagonisti essi stessi alla pari del medico.

In sostanza, si tratta di capire che le masse hanno dei problemi reali di conoscenza (elusi, stravolti, svuotati dall'industria culturale e dell'informazione borghese, che ne crea invece e ne soddisfa di fittizi), e che la soluzione di questi problemi implica anche una direzione politica dei processi di informazione e comunicazione e formazione delle coscienze, all'interno dei quali l'intellettuale opera. Questi processi non sono tradizionalmente limitati a certi settori, a differenza di altri; il vero destinatario e interlocutore collettivo si deve e si può conquistare a tutti i livelli dell'esperienza politica e della pratica sociale.

Sono, queste, soltanto alcune esemplificazioni disparate, ma caratterizzate tutte da un rapporto tra competenza specifica e reali necessità comuni, che presuppone la presa di coscienza di tali necessità da parte di coloro che ancora non ce l'hanno, e che ha come obiettivo la maturazione di scelte ideali e culturali alternative a quelle imposte dal sistema, la formazione di una diversa consapevolezza

e capacità di lettura critica della società, oltre che di intervento attivo nella trasformazione di essa.
Sono esemplificazioni, ancora, che nella loro provvisorietà sperimentale mirano comunque a dimostrare che qualcosa di utile può fare, oggi, l'intellettuale che rifiuti le condizioni in cui opera, il suo rapporto mistificato con le masse: funzioni umili, ma concrete; un lavoro che riparte dal basso; tanto quanto ambiziose erano state le investiture sacrali di un tempo neanche troppo lontano e neanche del tutto tramontato, e tanto quanto privilegiate sono le moderne funzioni specialistiche assegnate dal sistema oggi. In tutte le iniziative di questo tipo (lo ripetiamo), non c'è dubbio che un ruolo fondamentale possa e debba essere rappresentato dalle organizzazioni politiche e sindacali di base, in cui il movimento operaio organizzato è forza egemone. Da esso anzitutto potrà e dovrà venire una spinta unificante dell'intero processo.

9. Il discorso, dunque, è andato molto al di là del romanzo, e non poteva essere altrimenti. Solo allargando l'orizzonte dell'analisi e dell'esperienza è possibile formulare delle ipotesi che non si esauriscano in un semplice spostamento dei termini di un'operazione, il cui risultato alla fine non cambia.
Anche per quanto riguarda le possibili proposte all'interno dell'editoria libraria, sarà più utile mantenere il discorso sul « prodotto » piuttosto che sul « romanzo », sul processo produttivo-distributivo piuttosto che sul genere letterario. Il « tascabile » e l'analisi già citata di Bonura in proposito, offrono a questo proposito nuovi spunti per portare avanti e concludere la nostra rassegna di concrete esemplificazioni alternative.
Nel suo articolo Bonura sostiene ancora che, nelle condizioni attuali (di divisione tra le due culture ai vari livelli: scelte, prezzi, rete distributiva) è pur sempre il libro economico quello che offre delle possibilità per una rottura dei condizionamenti borghesi; sarà anzitutto compito degli intellettuali, dice ancora Bonura, svolgere nei confronti del lettore popolare un lavoro di « mediazione » o di « riattualizzazione » dell'opera, a seconda che si tratti di un « tascabile » di intervento, come accadeva soprattutto in passato, o di una ristampa. Così come ieri, per esempio, *L'uomo a una dimensione* di Marcuse (Nuovo Politecnico Einaudi) « è stato fatto "capire" anche agli operai », oggi *La sonata a Kreutzer* di Tolstoj (Centopagine Einaudi) può essere riattualizzata nel quadro della lotta di emancipazione femminile (come, fra parentesi, ha fatto « Compagna » nel suo primo numero). Ma, conclude Bonura, contemporaneamente si dovrà lavorare per la formazione di un nuovo interlocutore collettivo, « cambiando la scuola » (e, va aggiunto, le strutture stesse della società).
Proposta non priva d'interesse, che tuttavia invita ad alcune obiezioni fondamentali. La possibilità, in primo luogo, che le idee-forze di un libro agiscano a livello di massa, non può essere affidata alla « mediazione » degli intellettuali. Marcuse è stato « capito » anche al di fuori delle università, non perché gli studenti lo abbiano « spiegato » ai loro compagni più incolti, ma perché i suoi libri sono diventati parte integrante di un movimento reale, di cui colti e incolti facevano parte ed erano in egual misura protagonisti; un movimento, in cui teoria e pratica hanno ritrovato un loro attivo rapporto.
In secondo luogo, i « tascabili » economici e semieconomici offerti dal mercato capitalistico non rappresentano uno strumento sufficiente ad avviare una modificazione del complesso e articolato distacco tra le due culture. Per quanto si « riattualizzino » (anche in modo critico) questi libri e se ne allarghi la rete distributiva, i limiti oggettivi imposti dalle scelte e dalle strutture dell'industria culturale in titoli, presentazioni critico-informative (quando ci sono), « confezioni », pubblicità, canali di vendite (la caotica convivenza nelle edicole, per esempio, di un testo classico della letteratura o della politica, con il più volgare romanzetto o manuale di consumo, eccetera); questi limiti, dunque, porranno sempre il problema di soluzioni più radicali.
Il che significa, tra l'altro, creare una saggistica di intervento, diversa non sol-

tanto nel prezzo e nella distribuzione, ma nei contenuti e nelle forme, nella scrittura stessa; e creare al tempo stesso canali di diffusione non neutrali, ma funzionali e finalizzati. Nel senso che autore (o autori) e destinatario lavorino insieme su entrambi i piani, lungo tutto l'arco produttivo e distributivo, con un'esperienza teorico-pratica di segno opposto a quello mercificante e alienante del sistema, nella quale competenze specifiche e problemi comuni si integrino pienamente.

Non è un'astratta utopia, lo ripetiamo; è anche questo un progetto realizzabile fin da oggi, con iniziative all'esterno o all'interno dell'industria culturale, che in prospettiva possono incidere sulle sue stesse scelte e strutture.

Un'opera di divulgazione o un libro per la scuola (per fare un altro esempio) nato da un lavoro e da una lotta comuni — tra autori e redattori editoriali da una parte, e insegnanti, genitori e studenti dall'altra, o comunque utenti che abbiano bisogni reali da soddisfare — nato cioè da un'esperienza teorico-pratica in grado di realizzare un prodotto che a questi bisogni risponda, e uno schieramento che sappia imporlo; un tale libro potrà essere un prodotto veramente diverso, capace di trovare un diverso terreno di diffusione e soprattutto un attivo, critico, autentico interlocutore collettivo, assai più vasto di quello rappresentato dagli utenti direttamente partecipi della sua realizzazione.

A questo punto, impostare un discorso sul fare letteratura e romanzo, in un tale contesto, appare davvero non facile: tanto carente e contraddittoria e condizionata da remore tradizionali è l'elaborazione in proposito (quasi condannata, si direbbe, a riproporre nuove versioni dell'« impegno » volontaristico, o del rapporto di élite; la letteratura come fatto subalterno, « al servizio » di un'organizzazione politica di massa, o l'avanguardia politica come interlocutore privilegiato). Ma questa difficoltà potrebbe anche non essere casuale. Può darsi benissimo, cioè, che in questa fase storica — di crisi dell'istituto romantico-idealistico dell'autonomia culturale e letteraria, e di smascheramento dello specialismo « neutrale » — il *popolo*, gli strati subalterni non abbiano bisogno di letteratura dagli intellettuali, ma di altro: di una riattualizzazione per esempio, come dice Bonura, del patrimonio letterario del passato, tuttora imposseduto (ma non con una semplice opera di « mediazione », bensì attraverso il collegamento con una serie di esperienze pratiche reali), o di una delle umili funzioni di cui sopra, o di altro ancora. Può darsi, cioè, che sia proprio questo *fare altro*, per l'intellettuale, il suo vero modo di essere presente nella società oggi, così come ieri era quello di scrivere per un destinatario, o di assolvere alla funzione di coscienza collettiva. Può darsi, in sostanza, che la letteratura non abbia più oggi quella possibilità di immediata incidenza che si dice abbia avuto in passato, e che sia necessario battere altri terreni disciplinari — nella propria pratica sociale — per intervenire concretamente nella realtà.

Certo, questo *fare altro* dello scrittore, potrà anche influire attivamente sul suo *fare letteratura*, che comunque resterà un fatto privato finché la sua opera non sarà pubblicata e immessa sul mercato. E a questo punto, semmai, egli dovrà battersi perché il suo messaggio non venga mistificato e stravolto, trasformando così il suo atto privato in un atto politico più generale, che partendo dalla sua singola opera, investa il problema stesso della mercificazione e corruzione delle idee e delle forme comunicative da parte dell'industria culturale. Sarà questo forse l'unico terreno su cui egli potrà, in un'azione comune, trovare anche un interlocutore non privilegiato, ma in un senso del tutto diverso da quello tradizionale di chi recepisce (in modo passivo o attivo, poco importa) determinati « valori » culturali elargiti dall'alto.

Analogamente questo *fare altro* in una prospettiva di trasformazione rivoluzionaria del mondo, potrà fornire allo scrittore un aiuto tanto più prezioso quanto più indiretto e fors'anche non immediatamente avvertibile, nella sua ipotizzazione e ricerca di un destinatario futuro sui tempi lunghi: ma non necessariamente. Al tempo stesso egli non dovrà illudersi che la sua opera sia in grado di conquistarsi un autentico destinatario futuro (collettivo o di élite) solo per

forza propria, per una carica ideale assolutamente endogena; altri uomini, altre forze organizzate dovranno lottare per renderlo possibile. E la consapevolezza di questo domani, per lo scrittore, non sarà solo una prova di automortificazione del proprio orgoglio individualistico (e romantico-idealistico), ma soprattutto la consapevolezza — ancor più acuta — della condizione oggettiva in cui egli si trova a operare oggi.

Il questionario

Per chi si scrive un romanzo? Per chi si gira un film?

Con un'impostazione volutamente provocatoria, il problema si potrebbe porre anche in un altro modo.

Più di vent'anni fa, concludendo una sua intervista, Cesare Pavese diceva: « il maggior narratore contemporaneo è (...), tra gli italiani, Vittorio De Sica ». L'affermazione fu intesa per lo più, allora (al di là dello stesso contesto pavesiano) come l'implicita indicazione di un ideale narrativo — e di un destinatario — « nazionale-popolare », comune a romanzo e film; ma un ideale e un destinatario che solo il cinema dell'immediato dopoguerra aveva alla fine realizzato e raggiunto. Oggi molti sono inclini a considerare anche quella, come una generosa illusione neorealistica germogliata nel clima « unitario » dello storicismo; contrapponendovi magari con nero sarcasmo il successo di *Love Story* — romanzo, film e scatola di cioccolatini — come concreta realtà di un rapporto finalmente realizzato tra un ideale narrativo e un vasto « pubblico », nel clima « unitario » del consumismo.

Ebbene — tra le aspirazioni degli anni quaranta e un tale approdo involutivo, assunti come estremi di uno schema polemico — sono possibili oggi delle valide alternative, che non si esauriscano nell'ambito di una élite? *E' possibile*, cioè, *ipotizzare un qualsiasi* (analogo o diverso o addirittura opposto rispetto ad allora) *rapporto autentico, non mistificato, tra un ideale comune di romanzo e di film, e un suo destinatario collettivo? E come si colloca in questo quadro il problema dell'« originale » o dello « sceneggiato » televisivo?*

Se poi si ritiene inattuale o del tutto improponibile l'ipotesi di un ideale comune, *come si pongono oggi queste diverse forme di comunicazione, ciascuna rispetto a un loro possibile destinatario di massa? E come hanno agito — se hanno agito — le trasformazioni socioeconomiche di questi ultimi vent'anni, e l'industria (prima ancora che l'industria culturale) in particolare, nel processo di differenziazione tra romanzo e film*: a livello tecnico-strutturale (all'interno, cioè, delle stesse strutture del linguaggio), comunicativo (le diverse forme di fruizione), e dei meccanismi psico-fisici di percezione e di conoscenza l'immagine e la parola)?

Su di un piano generale, poi, *si può parlare oggi dell'esistenza di un destinatario collettivo, di una vasta categoria di lettori o spettatori (confluenti o diffluenti tra loro) relativamente omogenea, da un punto di vista sociologico, ideologico, culturale?* In caso affermativo, quale funzione ha esso: puramente recettiva, passiva, consumistica, o consapevolmente attiva e critica; resta un momento di conservazione e immobilismo, o riesce a diventare un interlocutore reale? In caso negativo, se cioè il « pubblico » è soltanto un equivoco: per chi si scrive o si fa un film, allora?

Stefano Agosti (critico letterario)

La vulgatissima e ormai quasi ovvia distinzione fra immagine e segno verbale, la quale si fonda sul diverso rapporto, mimetico e non mimetico (convenzionale), che rispettivamente immagine e segno intrattengono con la realtà, si potrebbe anche annullare spostando l'osservazione dal piano delle unità al piano degli enunciati. A questo livello, infatti, non si darebbe apparentemente distinzione fra discorso filmico e discorso verbale (narrativo). Una medesima grammatica narrativa organizzerebbe le sequenze, in base a modelli comuni di concatenazione concettuale dei fatti. In realtà, proprio a questo livello è possibile individuare una differenza — più pertinente di quella citata all'inizio — fra i due tipi di discorso. Se, a livello delle forme e della sostanza del contenuto, film e romanzo si possono ricondurre a una medesima matrice generativa d'ordine concettuale, sul piano delle forme e della sostanza dell'espressione assistiamo invece a due maniere del tutto diverse di « modulazione » della realtà.

Saussure ha osservato che la distribuzione orizzontale e lineare della catena verbale è costitutiva di una dimensione temporale. In realtà, linguisticamente, il tempo è una dimensione metaforica, non inscrivibile nel discorso. Il contrario si dà invece nel discorso filmico, ove il tempo è immanente alla sequenza, la quale può coincidere, al limite, con la sequenza reale, col tempo reale (cfr. le riprese documentarie). Esiste quindi una differenza strutturale, interna alla manifestazione, tra queste due forme di discorso. E' interessante però notare come tanto il discorso verbale quanto il discorso filmico si siano consapevolmente proposti, in alcuni casi, di superare il condizionamento rigoroso imposto dalle modalità del loro prodursi (dalle loro stesse strutture espressive). Basti citare, in letteratura, il caso di Proust, ove la dilatazione o la restrizione, sino all'annullamento (il bianco), della sintassi, mira a riprodurre, formalmente, la dimensione del tempo (psichico); o quello, inverso, dell'école du regard, di Robbe-Grillet soprattutto, ove l'enunciato semantico-sintattico si libera dalle strutture semantiche tradizionali (di natura differenziale) al fine di aderire al tempo neutro delle cose (iterazione e permanenza del senso). In questi casi ci troviamo di fronte a tentativi di un rinnovamento radicale (strutturale) delle forme, che intenzionalmente tende a estromettere la metafora della lettera allo scopo di recuperare una nuova letteralità temporale. Casi analoghi e, ovviamente, opposti, si dànno nel discorso filmico. Il miglior Godard e il miglior Pasolini, ad esempio, attestano la volontà di acquisire alla natura mimetica (temporale) della sintassi filmica, la dimensione metaforica tipica del discorso verbale.

E' sintomatico comunque che proprio là dove sia possibile verificare convergenza d'un discorso verso l'altro, sia anche possibile sottolineare le rispettive chiusure formali dei due discorsi. La trasgressione della letteralità del tempo, nel film, e quella della metaforicità del tempo, in letteratura, postulano, rispettivamente,

l'istituzione d'una nuova metafora, d'un nuovo sistema di metafore, e d'una nuova lettera, d'un nuovo sistema di trascrizione mimetica. I sommovimenti formali attraverso i quali l'opera incide sulla storia (i « contenuti » sono semplicemente gli occorrimenti del mondo reale nei vari momenti del suo percorso) presumono perciò modalità diverse di attuazione, che escludono ogni possibilità di convergenza dei due discorsi.
Quanto all'ipotesi d'un destinatario collettivo (qui l'osservazione vale tanto per l'una quanto per l'altra delle due forme d'espressione), è chiaro che esso si dà solo a livello del consumo. Che può essere consumo sia d'ordine sentimentale (*Love Story*) sia d'ordine ideologico. Un'opera « politicamente » impegnata può alimentare gli stessi equivoci dell'opera non impegnata (gli esempi sono così abbondanti che ci sentiamo dispensati da citazioni). L'ideologia si situa infatti allo stesso livello della realtà, è una delle tante manifestazioni di quest'ultima. Il problema, perciò, è non tanto quello di fornire contenuti ideologicamente adeguati — col che verrebbe postulata priorità dell'istanza comunicativa sull'istanza semantica, nonché priorità dei contenuti dati rispetto all'elaborazione dei medesimi — quanto quello dell'articolazione dei contenuti in vista d'una rinnovata grammatica delle cose. Il problema di fondo è, insomma, un problema formale. Gli autori citati più indietro rinnovano, o sovvertono, la cosiddetta visione del mondo proprio nella misura in cui effettuano interventi più o meno radicali nell'ambito delle forme. Ed è opportuno notare come, sia nel caso della letteratura sia nel caso del cinema (sempre relativamente agli esempi citati), si diano, nonostante il permanere delle distinzioni fra le due strutture, risultati affini a livello dei contenuti trasformati: l'impiego diversamente « innaturale » delle forme, opera un clamoroso riassestamento sull'intera superficie del senso. I fatti comunicativi risultano in tal modo subordinati ai fatti semantici, e questi alle forme che ne determinano, o ne modificano, l'emersione. In questa prospettiva il destinatario perde il suo statuto puramente recettivo e, nella misura in cui si riconosca come realtà diversamente organizzata, diventa parte integrante del processo di trasformazione del mondo. Questo, mi pare, è l'unico rapporto « autentico » col destinatario, quale in fondo è auspicato dall'inchiesta.

Michelangelo Antonioni (regista cinematografico)

Non scrivo di cose teoriche da anni, e non saprei da che parte ricominciare. Per di più sono in piena preparazione del mio prossimo film, *La spirale*, e ho proprio la testa... nella pratica.
A meno che non vogliate pubblicare, come risposta, la seguente: « Si gira un film prima di tutto per se stessi. » Sono profondamente convinto di ciò.

Luigi Baldacci (critico letterario)

La domanda « per chi si scrive un romanzo? » è certamente la più seducente nell'ambito della sociologia letteraria. Ma tanto seducente è la domanda quanto utopistica la risposta. La realtà dei fatti è che è possibile scrivere un romanzo solo nella misura in cui non si sa per chi lo si scrive. Questo è vero per il Manzoni come per Carolina Invernizio. L'Invernizio non scriveva « per un suo pubblico »: scriveva per sé, onde istituire — né più né meno come il Manzoni — un sistema compensatorio. Ogni scrittore è prima di tutto un razionalista dell'irrazionale: del proprio irrazionale. Anche Tolstoj, anche Sciolochov. Certo non si può negare che, soprattutto in passato, il carattere artigianale della scrittura e specialmente dell'arte, comportasse una diversa situazione di base. Dire che Sano di Pietro o Neri di Bicci dipingessero per razionalizzare il proprio irrazionale, equivarrebbe a un grosso equivoco storico. E tuttavia questa regola vale per scrittori come Santa Caterina o il Boccaccio, per pittori come Duccio o il Botticelli.

Che poi la lunghezza d'onda sulla quale la Invernizio trasmetteva, fosse la stessa di una miriade di lettori, questo è un fatto secondario: dico nell'ordine dei tempi, non per importanza. A questo punto la sociologia ha tutto il diritto d'intervenire, onde stabilire l'entità dell'incontro o della coincidenza. Ma l'errore consisterebbe, io credo, nel dare a questo rilievo un significato retrospettivo, concludendo che la Invernizio *scriveva per* quei lettori. Al limite, il caso di uno scrittore che scrive *per*, è molto raro. Bisognerebbe pensare al Manzoni che, per ragioni di cassetta, scrive, sott'altro nome, i romanzi della Invernizio. Casi del genere ci sono stati; ma, al di là della considerazione sociologica, sarebbe da prendere in esame l'aspetto mimetico di queste operazioni: il piacere del travestimento.
Anche nel cinema le cose stanno un po' così. Murnau o Ejzenštejn non giravano un film per qualcuno. E dico Ejzenštejn a ragion veduta, perché si potrebbe sostenere che certi suoi film sono girati per Stalin. Il che è vero (per il piacere di prostituirsi al potere) e non è vero (per quel vastissimo margine di discorso formale in cui Stalin non poteva coincidere con Ejzenštejn). In ogni modo, date le strutture ad alto livello industriale nelle quali il cinema di distribuzione s'identifica rispetto al (relativamente) piccolo livello industriale della produzione letteraria, il caso del Manzoni che scrive i romanzi dell'Invernizio si verifica nel cinema con assai maggiore frequenza di quanto non si verifichi in letteratura. Ma alla fine quel travestimento, come avviene coi travestiti veri e propri, diventa l'unico abito possibile, e si torna al punto di prima.
In ogni modo, alla domanda « per chi si scrive un romanzo o per chi si gira un film », si può rispondere anche con un'apparente boutade, che è poi, in sé, più ricca di verità di ogni indagine sociologica. Si scrive il romanzo e si gira il film per chi compra il libro e per chi entra nella sala cinematografica. Il che è del resto una conseguenza del momento consumistico che stiamo attraversando. Un romanzo d'avanguardia può essere acquistato dal lettore più inesperto, e perfino letto; e così un film. Alla fine si può dire che il vero destinatario di un romanzo è l'editore, con la forza di mercificazione di cui dispone. Resta il fatto che se a vedere i film di Godard fossero andati solo coloro per i quali Godard aveva girato quei film, gli incassi sarebbero risultati inferiori del novanta per cento rispetto a quelli che realmente sono stati.
C'è poi un altro registro nel quale è possibile rispondere alla domanda posta. E' un registro inerente ai rispettivi linguaggi del romanzo e del cinema. Nel romanzo l'elemento concettuale è fisso e la traduzione visiva è libera. Nel film accade il contrario. Quando in un romanzo leggiamo la frase « La stanza era arredata con un gusto pacchiano », il concetto è inequivocabile. Il cinema ci mostra invece una stanza che è pacchiana secondo il gusto dello scenografo o del regista, ma che può apparire lussuosa ed elegante allo spettatore X. Perciò penso che quando si traduce un romanzo in film, si dovrebbe tener ben presente questa labilità dell'elemento concettuale nel cinema.

Giorgio Bàrberi Squarotti (critico letterario)

1. Anni fa, ho creduto anch'io che un rapporto attuale fra opera (letteraria o cinematografica, non importa) e pubblico fosse non soltanto improponibile, ma altresì aprisse immediatamente le più agevoli vie alle forme della mistificazione e della mercificazione. Pensavo allora all'operazione artistica come discorso fondamentalmente « postumo », cioè rivolto a coloro che verranno, tutto inteso alla costruzione di ipotesi di soluzioni alternative rispetto alla situazione e al sistema in cui ci troviamo a vivere. In questa prospettiva, non era possibile definire nessun punto di contatto fra l'opera e il pubblico, se non nello scontro dell'incompatibilità, dell'opposizione, della contraddizione, dell'irrisione, della reciproca negazione e violenza. L'assenza di comunicazione attuale doveva rappresentare il segno della tensione verso l'ipotesi di comunicazione futura, anzi la garanzia che tale comunicazione « postuma » dell'opera sarebbe stata possibile, in quanto l'opera

stessa avrebbe clamorosamente indicato in sé la radicale e immedicabile « diversità » nei confronti di ogni possibile pubblico di un mondo totalmente mistificato e irraggiungibile da ogni altro discorso che non fosse quello del potere e della produzione.
Il pur breve tempo trascorso, se non ha modificato l'idea dell'essenzialità, per l'arte, del momento profetico e ipotetico (utopico), mi ha tuttavia mostrato l'aspetto estremamente pericoloso di una concezione dell'operazione artistica come « fuga in avanti » (quella « fuga in avanti » diventata, del resto, l'alibi diffuso e comune ormai per serie di atteggiamenti che sono, in realtà, nei vagheggiamenti romantici delle cospirazioni, le migliori celebrazioni dell'immobilità attuale e le maschere di ostinate e compiaciute contemplazioni non eroiche della morte). Oggi credo che il destinatario dell'opera d'arte, soprattutto di quelle forme e di quei generi di più immediato impatto, come il romanzo e il film, sia non soltanto, disperatamente, l'antagonista contro il quale non altro è possibile che gettare sempre nuovi e più radicali provocazioni, quasi che si compisse continuamente un'operazione di cancellazione violenta del pubblico attuale in vista di quella profezia di una « diversità » totale del futuro lettore o spettatore insita nella provocazione stessa. Sì, il destinatario non può non essere considerato sempre (anche quando si assuma la posizione più radicalmente utopica) « reale », e, dal punto di vista sociologico (e altresì da quelli dell'ideologia e della cultura), è anche un pubblico abbastanza omogeneo, più omogeneo certamente che in qualsiasi altro momento storico del passato(per opera dei mezzi di comunicazione di massa). Il problema, tuttavia, non è la funzione attiva o lo stato passivo del pubblico, la consapevolezza critica o il carattere di remora e di ritardo nei confronti dell'azione artistica: ciò che conta, proprio in relazione con il destinatario « reale », che esiste e che si rivela attraverso prevedibili o imprevisti decreti di trionfo, è il chiarimento della specificità dell'opera narrativa o filmica nei confronti di ogni altra forma d'esperienza.

2. Direi subito che la famosa dichiarazione di Pavese sull'abilità narrativa di De Sica può essere decisamente sottoscritta ancor oggi, cambiando, naturalmente, i termini del raffronto. Alcuni modi fondamentali del narrare d'oggi sono stati sperimentati dapprima nel cinematografo: ad esempio, l'uso dell'immagine shock, della metafora ossessiva ed estremizzata (Godard in *Week-end*), oppure la commistione anacronistica come modo d'acuire metaforicamente il discorso ideologico (ancora Godard e Buñuel della *Via lattea*). Lo stesso si può dire per il taglio del racconto come sequenza rapidissima di episodi non collegati logicamente e causalmente, ma per puro accostamento o per contrasto (e qui gli esempi cinematografici potrebbero essere numerosi così come quelli del romanzo). C'è stato, quindi, un fenomeno di non differenziazione dei linguaggi cinematografico e letterario, nel senso che le invenzioni e le sperimentazioni sono state simili, si sono continuamente rimandate dall'una all'altra forma d'arte, hanno operato in presenza degli stessi problemi; né diversi, a mio parere, sono stati i modi o l'ambito della fruizione (e neppure sopravvaluterei la differenza fra immagine e parola, nella realtà delle opere rivelatasi non decisiva e non incisiva nel proporre soluzioni diverse, invenzioni, progetti, formule di comunicazioni distinte). Ciò significa che, nonostante tutto, romanzo e film, anche negli ultimi dieci anni, hanno ricercato e sperimentato e perfino (qualche volta) attuato quella specificità che è la condizione essenziale della loro esistenza e anche della loro presenza per un destinatario.
Quello che, a mio parere, il successo di un'opera come *Love Story* (romanzo e film) significa, è la richiesta (inconscia o no, non importa) rivolta al narratore o al regista di definire un testo che non sia « altro » rispetto alle strutture specifiche dell'arte: che sia, cioè, invenzione di mondi alternativi rispetto alla prassi, alla vita, alla *storia*. Certo il rivolgersi a *Love Story* è modo deviato di instaurare tale rapporto col testo: ma ciò che non è più sopportabile, a nessun livello, sono i romanzi su come non si può più scrivere romanzi, i film come predica o inno, i lamenti sull'orrore della propria condizione borghese, le dichiarazioni della pro-

pria impotenza o della vergogna che è scrivere o fare film, e di quanto sarebbe più bello invece fare la rivoluzione, o le esposizioni delle varie parole d'ordine, o i documenti o la trascrizione fedele della vita o tutti gli altri alibi per salvarsi l'anima e, al tempo stesso, continuare nel privilegio dell'autore, dell'« eletto » (e così si possono non compiere mai le scelte vere, nella prassi, che imporrebbero ben più rischiose e problematiche e inquietanti venture).
Non può esistere (sarebbe davvero la morte non solo dell'arte, ma di ogni energia vitale, di ogni possibilità di innovazione, di trasformazione, di invenzione del mondo, e il sistema che esprimesse tale « ideale » potrebbe davvero presumere di aver posto fine al tempo, di aver fatto trionfare la propria ideologia, stabilendola effettivamente come eterna) un « ideale comune di romanzo e di film ». Una ricerca, da parte dell'autore, di una scrittura narrativa o filmica indirizzata a un pubblico determinato, rivolta, attraverso un codice specifico, a proporre una comunicazione circoscritta a un destinatario culturale, ideologico, sociologico definito, rappresenta, del resto, non altro che il riproporsi del vizio radicale delle opere degli ultimi anni: di voler essere altro che sé, e occupare gli spazi consolatori che sono propri della religione, o quelli della prassi che competono alla politica, di pretendere al luogo della scienza o a quello della tecnica, o di confondersi con la merce, con i prodotti dell'industria, con la riproduzione in serie degli oggetti di consumo, o di tendere a far pena o pietà mostrando di che lacrime grondino e di che sangue e di che piaghe siano coperte, assumendo la funzione del mendicante o del clown.

3. In altre parole, non è possibile pensare di scrivere *per* un destinatario determinato, ma, al tempo stesso, non è possibile immaginarsi un destinatario « postumo » puramente ipotetico. Il rapporto fra autore e pubblico non è di destinazione, quindi neppure di comunicazione nel senso di una determinazione precisa di messaggio e di intenzione, proprio per l'intrinseca e immedicabile mistificazione che ha colpito ogni intenzionalità nello spazio sociologico in cui viviamo, condizionato e deformante. E', piuttosto, di contemporaneità, di compresenza. L'opera deve rappresentare nel modo più radicale e totale la sua parte, cioè la parte che è dell'arte: l'invenzione di un mondo del tutto alternativo rispetto a quello dell'esperienza storica, fenomenica, esistenziale, non cercando confusioni, compromessi, maschere che la facciano passare di contrabbando in regioni che non le competono e dove, quindi, non è accolta, risulta non distinguibile, inefficace, inerte, agevolmente cancellabile (ed è la ragione di tanto interrogato e studiato prevalere delle letture di storia o di politica su quelle letterarie o del prevalere dello spettacolo televisivo su quello cinematografico: quando l'arte finge di essere altro e si pone addosso la maschera del documento o dell'inno o della vita o della prassi, la risposta del pubblico non può che essere la scelta di ciò che si presenta senza finzioni; e bisognerebbe, poi, vedere quanto di intenzionalità c'è stato in tale progetto, proprio per liberare il « sistema » — tutti i « sistemi » — dalla presenza scomoda e inquietante e ingombrante che è l'arte).
L'arte (film, romanzo) è l'esperienza del diverso, rispetto alle esperienze della storia, della prassi, della vita, della scienza: non altro è il compito dell'autore che rendere il più possibile specifica e determinata tale diversità e tale alternatività, dividendo l'opera sempre più radicalmente da ciò che non le è proprio e che inevitabilmente la mistifica, e offrirla in questa totale alterità. Dall'altra parte è il pubblico: quanto più il film e il romanzo saranno espressamente e autenticamente specifici nella loro alternatività e alterità rispetto a ogni altra forma di esperienza e di realtà, tanto più ne sentirà la sollecitazione (anche negativa) e ne compirà l'esperienza. Altro modo d'incontro non è a mio parere proponibile e attuabile, se non questo confronto da posizioni opposte, ma che coincidono nella richiesta conscia (dell'artista) e inconscia (del pubblico) di un'arte come continua invenzione di ciò che è strutturalmente nuovo e diverso e non sperimentabile con gli strumenti della storia, della politica, della scienza, di tutte le altre forme di conoscenza e di azione: di quelle invenzioni, cioè, di mondi e di realtà alternative e non « realisticamente » né sociologicamente commisurabili rispetto alla

prassi nelle quali opera la possibilità di continua scoperta e attualizzazione e trasformazione delle cose che è dimensione essenziale dell'uomo.

Carmelo Bene (scrittore e regista cinematografico)

Se la « vita » — devitalizzata — la « vita » dell'oggi, domani e dell'altro ieri non riflette la realtà della « vita », allora l'ARTE è LA verità. E' altra cosa dal « vivere ». Ora, l'anestesia non è mai stata IL rimedio. Se il Platone moderno è ricoperto di croste purulente, non si deve vezzeggiarlo in profumi. Bisogna scorticarlo da capo a piedi. Un martirio di san Bartolomeo ci ridarà, passabile, il vecchio Adamo. La tuta della fabbrica è un mediocre rilancio di Walter Scott.
Riprodurre la stoltezza del quotidiano è volgare, meschino, ipocrita. E', nel meno stolto e schifoso dei casi, l'intervento di un « talento » bottegaio. E' vistosa mancanza di GENIO. Di talenti ne abbiamo anche troppi: il « Talento fa quello che vuole » (quello che vuole il pubblico socialpartiticosindacalfrustrato). Il « Genio, invece, fa quello che può ».
Se, dunque, l'ARTE è LA VITA, come osano questi odissei della nettezza urbana restare in piedi di fronte alle così sporadiche epifanie di coloro (parola mia, rarissimi) che altro non sanno fare se non quello che POSSONO?
Quanto al quesito eterno del « perché ESPRIMERSI », chi mai, (potendolo), non porterebbe fiori sulla propria tomba? SCRIVERE, FILMARE, SOPRAVVIVERE è un po' così.

Alberto Bevilacqua (scrittore e regista cinematografico)

Andiamo per ordine. Per chi si scrive? Per chi si gira? Per un orizzonte di ricerca, unitario nelle sue intuizioni, implicito nello scrivente e in chi muove, oppure ordina di muovere, la macchina da presa. L'empirismo del *girare* coinvolge dei destinatari o mandatari a responsabilità economica, ma di secondaria importanza. Anche il destinatario a responsabilità visiva, per dirla paradossalmente, è solo un nuovo venuto che visita una casa già fatta, e se gli va vi prende alloggio. Insomma, i destinatari del film, a più livelli, siano essi i produttori o gli spettatori, possono soltanto trarre le conclusioni di un discorso che, in fieri, non li riguarda. Non vi è nulla di più ingannevole — in cinema — di un'operazione volta, già in partenza, a soddisfarli. L'Ego della collettività è quanto mai volubile: oggi come oggi, può decretare successo ad un film d'autore, che si riteneva perdente (come box office) in fase di lavorazione, e rinnegare un prodotto commerciale che si supponeva ad hoc per le platee.
Per quanto riguarda il romanzo, non mi pare, onestamente, che uno punti i suoi anni di lavoro su quella miserevole fascia di lettori certi, e conquistabili, che possono portare nel migliore dei casi le cinquantamila copie vendute sulle quali gli illusionisti si basano per auspicare o esorcizzare il successo commerciale di un libro. Se poi si vuole ignorare la realtà e dire, bugiardamente, che esiste un *vasto pubblico* pronto a farsi produttore di consumismo e corruttore nei confronti della nostra editoria (con il pensiero che vola, a vanvera, verso mitiche centinaia di migliaia di persone) allora è inutile discorrere e ciascuno si crei pure i fantasmi che vuole.
Non mi pare che l'affermazione di Pavese possa prendersi come una lucida conseguenza di un cogito; ma piuttosto come il frutto di suggestioni subite e non approdate, per inferenze logiche, ad un giudizio razionale. Pavese, forse, nell'antropomorfismo neorealistico di De Sica non ha saputo distinguere l'apporto di parola scritta di Zavattini dall'apporto mimico-registico (a gran livello, certo) dell'autore cinematografico. In poche parole, il maggior narratore contemporaneo era solo De Sica (con un esclusivo, conseguente discorso sull'immagine-monade, sulla macchina da presa, sulla recitazione, sul montaggio, ecc.), oppure anche Za-

vattini, l'autore dei personaggi, delle situazioni, del materiale scritto-girabile? Già accertare questa confusione significa rendersi conto che la percezione di Pavese era più propiziatoria, storicisticamente, che ragionata.
Non mi pare che si possa ipotizzare un rapporto tra un ideale comune di romanzo e di film, e un suo destinatario collettivo. Troppa diversità di attributi e modi, movimenti e volontà intercorre tra film e romanzo (e poi basta con questa parola: diciamo narrazione). Esemplifichiamo. Il *tempo* usato dal narratore si svincola da ogni verità contingente per trasformarla nella verità dell'*Ich denke* o lo pensante, e in tal senso è un tempo dell'arbitrio, dello spazio mentale, un *non tempo* in senso specifico (per cui il gesto dell'uomo che solleva dal tavolo un bicchiere potrebbe, in ipotesi, risolvere in sé l'intero racconto). All'opposto, il *tempo* con cui ha a che fare l'autore cinematografico si registra, per forza di cose, su ciò che appare e possiede validità reale e soddisfa le argomentazioni della logica temporale (per cui il gesto dell'uomo che solleva il bicchiere dovrà identificarsi con il gesto-realtà, per confluire, attraverso la connessione del montaggio, nel più vasto alveo della temporalità scandita a lancette).
Ciò comporta che se un ideale di narrazione, mettiamo, può hegelianamente tradursi nello svolgimento dialettico di un processo spirituale che, proprio nel rifiuto del *contingentismo,* raggiunge la sua più alta visione della vita; l'ideale cinematografico, qualunque ne sia lo stile, avrà sempre da risolvere il diverbio tra l'*Etre* e l'*action,* sotto la cappa del dogmatismo temporale. Fonte di messaggi rapidi, di *grida,* di avvertimenti da banditore, di provocazioni emozionali, il film (anche a livello di metafora espressiva), fonte direi di silenzio nella meditazione, di immagini che vanno viste più a posteriori che non nell'atto, la narrazione.
In questo quadro il problema dell'originale o dello sceneggiato televisivo si colloca male o non si colloca affatto, date le enormi limitazioni, di ogni genere, che lo condizionano e lo travisano. Il discorso andrebbe portato all'interno della limitazione e, sempre paradossalmente, l'esame spostato sul rapporto tra libera espressione ed emergenza. Tra creatività e sopravvivenza della medesima, nonostante tutto. Per quanto riguarda l'esistenza di una categoria di lettori o spettatori relativamente omogenea, posso dire che la mia esperienza mi porta ad escluderla. Chi ha letto il romanzo è portato a vederne, *più che altro per curiosità,* la (inesistente, almeno nel mio caso) trasposizione in film; chi ha visto il film, è portato a toccarne con mano, *sempre sotto la spinta della curiosità,* la matrice letteraria. La categoria è inesistente, cioè, non a livello di numero bensì di psicologia; l'aspetto andrebbe approfondito, perché è impressionante constatare la drasticità con la quale lo spettatore si sdoppia in lettore, e viceversa. Il lettore è l'alter-ego dello spettatore, e viceversa. Con ciò non si vuole sostenere che il pubblico sia soltanto un equivoco; ma semplicemente che, mentre esiste un pubblico di sala (anche con le sue aberrazioni, la sua sensibilità che tenta di non farsi plagiare, che opera elezioni imprevedibili, ecc.), più difficile è identificare un pubblico di libreria (esistono quei pochi che, purtroppo, non possono far testo nei confronti di una collettività).
Il cinema si scontra con il suo pubblico, che è tale in quanto fenomeni ideologici e sociologici — magari a livello fortemente superficiale — hanno prodotto una intersoggettività di valutazioni che detta, comunque, legge a livello di botteghino. Tale intersoggettività non esiste per il lettore: egli resta un isolato, chiuso nelle sue letture, figlio del suo *tanto di cultura,* del suo *caro io.* Le strutture di collettività non lo riguardano.

Silverio Blasi (regista televisivo)

Domandare « per chi si scrive un romanzo », « per chi si gira un film », implica anche la domanda del « perché » si scrive un romanzo o si gira un film.
Per chi rifiuta la posizione individualistica che corrisponde alla concezione del-

l'arte per l'arte, la domanda del perché s'identifica con quella relativa al destinatario.
Ritengo il destinatario del prodotto culturale non un dato gratuito, una potenzialità da scegliersi secondo i gusti dell'artista, ma un dato storico, un oggetto definito anche se in divenire, l'autentico committente con il quale il « produttore » culturale deve discutere e reciprocamente maturarsi.
Chi è oggi l'autentico committente? Un cittadino da poco inurbato, da poco industrializzato, di scarsa cultura umanistica ma che intuisce, percepisce quali sono le sue esigenze e i suoi interessi. In un paese, abituato da secoli a tollerare l'arbitrio e a ossequiare l'autoritarismo, l'italiano conosce meglio i pericoli e le realtà che potrebbero ogni momento riportarlo indietro, piuttosto che i vantaggi e i benefici della libertà e dell'emancipazione sociale. Non parlo dell'italiano medio — concetto squalificato che vorrebbe nobilitare l'italiano cliente e suddito, colui che nel Medioevo dava la caccia alle streghe e durante il Risorgimento aspettava l'esito dello scontro tra patrioti e austriaci, che ha tollerato vent'anni il fascismo e non si ribella oggi alla corruzione amministrativa ma la subisce o addirittura ne cerca i privilegi — parlo dell'italiano che lavora, che sa dalla nascita che persino il lavoro più duro e ingrato dovrà essere una conquista, raggiunta la quale si troverà sfiancato, inaridito e appunto impaurito. Quest'italiano sa ora che siamo la settima potenza industriale del mondo e la decima potenza finanziaria di questo pianeta, ma sa, vede che la libertà non è più libertà di parola o di pensiero — che oggi è in grado di prendersela e di tenersela — ma è la libertà di scegliere, di influire sul proprio destino. Sa che questa libertà ancora non ce l'ha.
E' per questi italiani che si deve scrivere un romanzo o girare un film. Centrare il momento esatto in cui non si salda l'equilibrio tra uomo politicamente libero e socialmente suddito. Capirne i motivi, indicarne i rimedi, illustrare le conseguenze psicologiche e culturali di questo momento storico. Da qualsiasi lato lo si studierà, si sarà compiuta un'opera artisticamente valida, socialmente utile, moralmente necessaria.
In questo senso, trova conferma il grande valore politico della televisione — se non altro per la latitudine e la continuità della massa degli utenti — per il suo naturale grado di popolarizzazione degli argomenti e dei temi e per il suo rapporto concreto, vitale con la realtà del paese. Quando naturalmente non ne viene impedito, ma qui il discorso cambia e non interessa il Questionario.

Sandro Bolchi (regista televisivo)

Ci ho pensato, sovente. La mia teleteca è fitta di romanzi. Perché? Forse provo diffidenza (o paura?) della cronaca e mi scopro quindi ad indagare sempre tra i tarli delle biblioteche, *rivisito* — si dice così, oggi? — certi classici e forse mi accontento d'essere assolto dagli autori.
E' per loro, in fondo, che fabbrico queste storie televisive, esser complice di Dostoievskj o di Stendhal è un po' il mio vizio assurdo di cui, tutto sommato non riesco a vergognarmi.

Giuseppe Bonura (scrittore e critico letterario)

Non so gli altri, ma io scrivo un « romanzo » per vergognarmi e svergognarmi. Tanto che la stessa parola « romanzo », nonché scriverla e pronunciarla tra virgolette, mi è ormai insopportabile. Mi provoca un senso di colpa. Sarebbe comodo dire, ora, che scrivendo mi libero da questo senso di colpa. No, né prima né dopo il senso di colpa e di vergogna scompare, anzi diventa più acuto, mi fa venire voglia di scrivere ancora per vergognarmi e svergognarmi ancora, per provare ancora più profondamente questo senso di colpa. Insomma io mi vergogno di essere come si dice un intellettuale o un artista. Vorrei esserlo ma insieme a tante altre

cose, e nello stesso tempo, nello stesso istante, nella stessa persona: mi ripugna avere una stanza in cui maneggio libri e parole, e un'altra stanza in cui maneggio « la vita », in cui ricevo amici e conoscenti che fanno un altro lavoro, e che sono dentro il lavoro, e che esperimentano le cose, non i fantasmi delle cose che sono le parole di un « romanzo ».
Ma a una certa età, capito questo (troppo tardi capito), non si può fare altro, non si riesce a fare altro che scrivere, soffrire fino in fondo la propria « scelta » di essere un intellettuale o un artista. E allora si cerca di conferire un senso alla propria attività, o meglio si cerca di cercare di conferire questo senso aleatorio, non tangibile, non mai raggiungibile, non mai istituzionalizzabile.
Io invidio i « narratori-di-massa » che raggiungono il pubblico di massa, che intrattengono con questo pubblico rapporti molto proficui, molto mondani. Li invidio umanamente. Intellettualmente li disprezzo. Essi sono coloro che accecano il pubblico, lo lasciano e lo ribadiscono nella sua cecità, non danno voce alla sua oscura ma prepotente ansia di riscatto. Perché il pubblico, ora, apparentemente non c'è, sembra massa-cloaca disposta a ingerire tutto. Ma la storia non dorme, e basta un niente perché questa massa-cloaca diventi « massa con coscienza di classe », quindi non più massa ma uomini che vogliono vedere chiaro in se stessi e nella società che li manipola. Io scrivo per questo pubblico potenziale. Scrivo per « nessuno », per un fantasma del futuro, per una scommessa ideologica col tempo che verrà. Non è vergognoso scrivere per nessuno? Io credo di sì. Ma io scrivo appunto per un lettore (uno qualsiasi) che si vergogni di essere un lettore potenziale, di essere « nessuno » in questa società fatta di « nessuno ».
La narrativa ha costruito l'uomo dell'Illuminismo, l'uomo del Simbolismo, l'uomo del Realismo Critico e del Realismo Socialista, l'uomo dell'Esistenzialismo, dell'Impegno, l'uomo dell'Ermetismo, e poi l'uomo della Non-qualità e infine l'uomo della Massa. La mia ambizione, il mio progetto è di costruire l'uomo della Vergogna, che veda la sua vergogna nella mia vergogna di essere scrittore, e che gli venga desiderio di eliminare questa vergogna, di sopprimerla in sé e negli altri con un gesto totale di libertà dalla paura di vergognarsi e di essere svergognato ogni giorno per quello che è, o che lo hanno ridotto ad essere. Ma per fare questo occorre prima che l'uomo, il « fruitore », sia messo nella condizione di vergognarsi. Non è facile. Anzi è difficilissimo, perché la società (questa società) è predisposta, attraverso i centri che contano (quelli del potere) a costruire « ciberneticamente » l'uomo del Compiacimento, l'uomo del Consenso e dell'Ottusità. Così è doveroso, è un imperativo categorico gestire i libri e le parole *simultaneamente* alla gestione della vita pubblica, della politica.
Quanto al cinema, il suo problema, io penso, è di affrancarsi dal suo stesso vizio di origine. E' nato dalla massa e per la massa. Magari un tempo andava bene, oggi non più. Il cinema deve fare film per « nessuno », per spettatori « possibili » non per quelli « abbonati » alla poltrona. Ed è sciocco (è stato sempre sciocco) che seguiti a guardare al « romanzo »: a un regista vero il « romanzo » può solo insegnare una cosa: « come non si deve fare un film ».

Tinto Brass (regista cinematografico)

Per chi faccio i film?
Per chi va a vederli, mi verrebbe spontaneo di dire.
Chi sono?
Delle persone, penso, che si ritrovano nel mio stesso stato di disagio, malessere o rabbia, nei confronti del mondo in cui vivo.
Sono pochi?
Mi dispiace, vorrei fossero di più, molti, moltissimi.
Ma far accorrere il pubblico non è compito mio. Io posso al massimo auspicare che, come è stata istituita la scuola dell'obbligo, venga varato anche il cinema dell'obbligo, augurandomi che vi siano inclusi anche i miei film.
E' una misura antidemocratica?

Certo, ma anche la scuola dell'obbligo lo è, senza perciò essere anche una misura ingiusta.
Da ciò discende che considero aristocraticamente il pubblico immaturo? No, semplicemente corrotto e distratto da altri film che, indubbiamente più evasivi dei miei, riescono facilmente ad accaparrarsi la sua disponibilità, contribuendo così ad alienarlo sempre più da quanto io gli propongo. E se la critica e la cultura cinematografica non sono riuscite, almeno finora, a distogliere il pubblico da quei film a vantaggio di altri, forse vuol dire che l'intervento educativo deve essere più radicale e più drastico, come potrebbe esserlo appunto un cinema obbligatorio, scolastico o meno.
Queste considerazioni, apparentemente, non rispondono alla domanda « per chi faccio i film ». In realtà vi rispondono nella misura in cui io non mi rivolgo ad una preconcetta categoria di spettatori (operai o studenti, borghesi o rivoluzionari, uomini o donne, giovani o anziani), né ho una particolare pretesa messianica da soddisfare. Mi considero infatti semplicemente, come ogni altro essere umano del resto, portatore di una piccolissima e personale particella di umanità, che sono convinto di riuscire a comunicare agli altri col cinema meglio che in ogni altra maniera.
Potrebbe sembrare che ciò esuli dal discorso, e riguardi il *perché* piuttosto che il *per chi* faccio i film. In realtà, poiché penso che i due problemi siano fra loro intimamente collegati, affrontandone uno rispondo anche all'altro.
Io ad esempio non credo nell'utilità diretta e strumentale di un film, cioè non credo che un film possa risolvere un problema o scatenare una rivoluzione. Gli spettatori ad esempio di Z, sono stati molti e sicuramente avranno partecipato e si saranno commossi alle vicende del film; ciononostante però il problema dei colonnelli greci è rimasto drammaticamente insoluto.
Né credo allo slogan che si sente spesso ripetere, fare di un film un mitra, diversi secondo i criteri ai quali, anche per essere utili, le due cose devono rispondere. Checché se ne dica infatti io credo che un film, come ogni altra opera d'arte del resto, sia comunque un'opera (o un'operazione) borghese, e ciò indipendentemente dall'ideologia che esprime: i valori infatti in base ai quali è giudicato un film sono innanzitutto estetici (se è bello può anche essere utile, se è brutto non è mai utile a nessuno). Un mitra invece risponde ad altri criteri di giudizio; non credo infatti che un guerrigliero si chieda, prima d'imbracciare un mitra e decidersi ad usarlo, se esso sia bello o brutto: a patto che funzioni, anche se brutto, egli se ne serve utilmente.
Certo chi nega i valori borghesi, non può utilizzare nemmeno i suoi criteri di giudizio, ed è quindi logicamente portato a negare puramente e semplicemente tutte quelle manifestazioni che solo in funzione di quei criteri possono essere valutate: nega perciò anche ogni film o altra espressione artistica, auspicando un tempo in cui di tali espressioni non ce ne siano più, perché inutili e superflue.
Ma è veramente possibile una tale epoca? E comunque, è veramente auspicabile? Io, ovviamente, non lo credo, per la natura stessa del mio lavoro e delle convinzioni su cui si basa: d'essere cioè espressione di una, seppur piccola e personale, cionondimeno sacrosanta e legittima umanità.
L'utilità, quindi, che io riconosco ai miei film è solo indiretta e mediata: quella cioè di proporre all'attenzione del pubblico dei valori umani sempre più calpestati e ignorati, nella speranza che non vengano dimenticati del tutto, ma intervengano in qualche modo a guidare le sue azioni.
Così, quella risposta che all'inizio forse evitavo di dare, ho finito per darla: e ho finito anche per confessare a me stesso che in definitiva, contrariamente a certe apparenze, i film non li faccio solo per me, ma anche per gli altri.

Giancarlo Buzzi (scrittore)

Rispondere alle domande del Questionario rispettandone tutti i passaggi, equivarrebbe a scrivere un impegnativo saggio letterario e sociologico. Mi limiterò, dun-

que, a considerare l'ultimo interrogativo, « per chi si scrive », che vuol dire anche, a mio avviso, « perché si scrive ».

Sono convinto che si scriva, in genere, per tutt'altre ragioni, ma che l'unica per cui vale la pena di farlo e per la quale lo fanno i pochi artisti veri sia « per conoscersi ». Parlo, evidentemente, della motivazione più profonda, avviluppata magari da un groviglio di altri impulsi e giustificazioni: vanità, interpretazione della realtà, impegno sociale morale politico, dialogo, eccetera. L'elenco potrebbe continuare per pagine.

A me certe cose riescono ardue da capire. Per mia pochezza, suppongo. Ma mi sia consentito di dichiararla, questa pochezza. Penso che non ci sia mai stato (e dunque non è questione di autenticità o mistificazione) un rapporto, se non esteriore, fra un ideale comune di romanzo e un suo destinatario collettivo; che ogni vero romanzo, ogni romanzo cioè che ha lasciato un segno — compresi i romanzi di Balzac, che è il trito punto di riferimento per questo genere di discussioni — soltanto per la sua parte peritura abbia trovato un destinatario collettivo e prontamente recettivo, e per la sua parte vera, positiva, testimoniante, poetica abbia trovato rari, imprevisti e imprevedibili destinatari, fra i contemporanei e i posteri. La verità di un'opera di poesia, romanzo incluso, è sempre nel suo arbitrio, mai nel suo banale realismo o nella sua banale oggettività. La sua riuscita, se mi è consentito il paradosso, è nella non riuscita, nella caduta, purché tragica: è nella persuasività dell'arbitrio, nella generosità e temerarietà del suo sporgersi oltre i confini entro i quali si intreccia il dialogo mondano ed anche il dialogo della cultura, nell'egoismo (senza il quale nemmeno la generosità può sussistere) con cui il suo autore persegue la conoscenza di se stesso, strumentalizzando ai fini di quella conoscenza il proprio discorso.

Uno scrittore non può fare altro se non palesare l'itinerario che segue per conoscere se stesso, la tragedia che è anche gioia della sua irrinunciabile tensione alla verità saputa inattingibile. Insomma, il proprio itinerario ulisseico. Questo è sostanza: il resto — modi, pretesti, lingua — è accidente. I modi e la lingua cambiano, vengono travolti. Ciò che fa lecito qualsiasi stravolgimento (a volte si dice esperimento o ricerca) è l'autenticità, la dimensione « tragica » del tendere; è la persuasività degli addotti elementi di un reale *altro* dal reale convenuto o convenibile, già sistemato negli schemi culturali della tradizione o del sedicente nuovo. Naturalista, verista, realista, utopista, e così via, lo scrittore, o meglio l'artista, è tale in quanto rompe, cerca altro. A questa ricerca gli servono anche i dati oggettivi. Incidentalmente, gli scrittori che più pericolosamente stravolgono e più rischiano di fallire come poeti, alla fine son proprio quelli che più pretendono di fotografare o di testimoniare qualcosa di diverso da se stessi e dalla propria ansia di conoscenza: quelli che rifiutano di dirsi che ciò che è, è ciò che l'occhio *fa.* Parlo dell'occhio dello spirito, che è anche, ma non solo, della mente e del corpo.

Non si testimonia mai la realtà, e quindi non si aiutano gli altri a comprenderla, a superarla o a riatteggiarla, se non testimoniando se stessi e la propria ricerca, che è qualcosa più dell'incontro e scontro con la realtà, è il dirsi capaci d'essere altro da ciò che quella realtà ci vuole e da ciò che quell'incontro e scontro ci fanno. Dirsene capaci non significa credersene capaci: significa tendere, in coraggio e non speranza. Si cade sempre lungo questo itinerario: ma con la caduta stessa si può riuscire a illuminare qualcosa, a trovare una dimensione o un connotato nuovo della contradditorietà e ambiguità della vita. La poesia è illuminante caduta, in umilissima e orgogliosa non speranza; è *persuasiva, testimoniante, tragica non riuscita.* Poi ci sono le non tragiche riuscite e i non tragici fallimenti. Tradizionalisti e avanguardisti ce ne hanno dato e ce ne danno bellissimi esempi. Per ciò che riguarda l'interlocutore collettivo, solo chi *non tragicamente riesce* può averlo. Chi *non tragicamente fallisce* non ha nessun tipo di interlocutore. C'è da stupirsi che nella riuscita non tragica stia la possibilità di un pronto contatto con le masse? Le masse sono per l'ordine apparente e non amano né la provocazione né la tragedia. Niente di aristocratico e di individualistico in questa posizione: sì, lo scrittore non è un Narciso, *lavora per i singoli e per le masse,* non ritiene la propria tragedia di-

versa o privilegiata rispetto alla tragedia dei suoi simili, ma sa che lavorare *seriamente* per le masse significa non cercarne né il consenso né la ricettività, significa non illudersi.
Ci vuol coraggio e pazienza, per questo. Hanno mai avuto interlocutori collettivi Swift, Flaubert, Joyce? Per carità! Chi tragicamente non riesce troverà singoli recettori, più o meno numerosi, più o meno tra sé riconoscentisi, della sua tragedia: recettori che leggeranno e *useranno* in chiavi diverse (per sé e per altri) la sua tragedia avvertendola come tale e come fecondo stravolgimento, convincente arbitrio, realtà altra dalla realtà. Solo così, per tramiti, per combattute e a loro volta stravolgenti letture, il poeta opera, incide. Solo a questo punto può cominciare il discorso sociologico e politico, persino il discorso sul *potere* del narratore, dell'artista (discorso che mi sono sforzato di fare anni fa in un saggio che lasciò perplessi e un po' scandalizzati i letterati).
A trovare ampia e pronta udienza, destinatari collettivi, pubblici consenzienti e dissenzienti, sarà dunque solo chi riuscirà non tragicamente, chi non avrà solcato il mare ulisseico, ma canali e laghetti magari artificiali. Costui è lo scrittore di successo (successo indipendente dalla tiratura, che può essere un fortuito e irrilevante accidente: si può essere scrittori di successo vendendo duemila o centomila copie dei propri libri). E' lo scrittore pensoso e pseudo-impegnato, realista e cercante l'aggancio con la realtà; il personaggista; il mestierante del travaglio spirituale e intellettuale; l'equivalente letterario del trombone forense e del canterino di Sanremo; l'intrattenitore che rifiuta di sé questa funzione; il vero Narciso e finto rivoluzionario; il pretenzioso e vuoto ideologo che paventando il proprio vuoto è costretto a parlare sempre di ciò che è fuori di sé; il pedagogo cicalone che dice agli uomini come sono e cosa debbono fare, e ne ottiene attenzione, perché agli uomini (al collettivo più che ai singoli) piace che qualcuno gli dica come sono e come devono comportarsi, anche se dissentono, o forse ancora di più, perché così hanno l'impressione di poter dire la loro, di cultureggiare e partecipare. E' dalla provocazione insita in una parabola tragica che gli uomini individualmente, e più collettivamente, rifuggono. Finché gli si dà solo sulle manine son contenti. A farla breve, ho in mente lo scrittore che non soffrendo o non essendo capace di vedersela con il proprio dolore (vedersela nel più ampio significato del termine), se la vede con il dolore del mondo e magari se lo piglia tutto sulle spalle.
Beh, è giusto che sian pochi i forti — forti, intendiamoci, non eroi — che sanno cadere ed effettivamente cadono. Forti e veri rivoluzionari. Ciascuno di noi (se no, perché scriveremmo?) deve sperare di essere uno di quei pochi che con una tragica caduta riescono ad offrire agli uomini una stimolante parabola. Per ciò che mi concerne, giacché scrivo, lo spero. Anch'io ho provato a *intraprendere* (con scarso successo, il che può rendere sospetto il mio discorso), a prendere sulle mie spalle il dolore altrui, a spiegare gli altri agli altri; anch'io ho cercato il destinatario o interlocutore collettivo. Ne sono pentito e non lo farò più. Adesso, come scrittore, voglio lavorare per le masse occupandomi (se riuscirò ad occuparmene) della mia tragedia, senza ritenerla diversa dalla tragedia dei miei simili ma senza cercare a priori le somiglianze e le identità. Si può far questo in infiniti modi, al modo di Zola e di Lowry, di Tolstoj e di Svevo. Con pazienza e senza vanità, con temerarietà e senza speranza. Perché questo, ripeto, mi sembra il modo più valido per l'artista di testimoniare, di dare, di stimolare.

Paolo Caruso (studioso di scienze sociali)

1. Premessa. Uno degli aspetti che contraddistinguono non solo il cinema e la letteratura, ma tutta l'arte contemporanea — ed una delle ragioni per cui se ne avverte la cosiddetta « crisi » —, è senza dubbio la consapevolezza crescente, sia negli artisti che nel pubblico, di questo fenomeno semplicissimo: l'opera d'arte è costituita non solo da chi la esegue, ma anche da ogni individuo che la « con-

suma »; l'artista produce soltanto uno stimolo, che viene oggettualizzato dalle reazioni degli « altri ».
L'opera d'arte è dunque sempre meno un oggetto *simpliciter*, un qualcosa cioè di essenziale, d'irrelazionato, e d'indipendente dallo sguardo di coloro ai quali si rivolge. Ma è il segno dell'autore, che vive nel significato conferitogli dal pubblico (fra cui è compreso, perché no, anche l'autore). In letteratura, quindi, il compito del lettore diventa determinante: egli infatti, lungi dal subire il contenuto di un libro, come se tale contenuto fosse tutto incluso nel libro, ne diventa corresponsabile.
Il poeta tende così sempre più ad essere poeta secondo l'ideale socratico del filosofo, ossia come maieuta, consapevole che l'opera creativa (o meglio, procreativa) si compie nell'altro, e che egli deve limitarsi a favorirne la genesi, senza pretendere di influenzare il lettore sul senso definitivo del proprio messaggio.
Anche lo scrittore « classico », certo, scriveva per il lettore e gli si rivolgeva, magari esplicitamente; ma anche in tal caso egli era molto meno consapevole dello scrittore d'oggi di quel che realmente ciò significhi: i lettori erano presupposti in generale, era considerato ovvio, naturale, che si scrive perché altri leggano. Ma questi « altri » non erano individui reali perché, in fondo, venivano assimilati all'autore: l'autore non sospettava mai, o quasi mai, che fossero autonomi, cioè che potessero dare, alle sue parole, un senso diverso da quello che dava lui, che insômma il suo libro potesse avere un significato polivalente. L'autore, in qualche modo, si metteva nei panni di Dio — l'Altro con l'A maiuscola — nel quale tutti gli « altri » si confondevano, e l'opera non poteva essere, per chiunque, se non quello che era per lui.
Lo scrittore invece oggi tende a scoprirsi (a riconoscersi) nel libro in quanto è visto dall'altro. E ciò va inteso anche come umanizzazione progressiva dei rapporti fra l'artista e il suo pubblico.
Oggi è quasi scomparso il mistico divario fondato sul preconcetto romantico-idealista del poeta-anima-bella che porge ai comuni mortali il frutto del suo genio. Vengono anzi rivalutate, nella produzione artistica, la tecnica — il termine greco che corrisponde ad arte, è, appunto, *techne* —, il metodo di lavoro, il « laboratorio »: tutte prerogative, un tempo, dell'« artigianato », che veniva contrapposto all'arte come ciò che è vile a ciò che è nobile.
In questa tendenza bisogna allora vedere un salutare processo di demolizione di miti e pregiudizi — di evidente derivazione teologica — che non contribuivano certo a favorire la comprensione del fenomeno estetico. Ciò non toglie, beninteso, che esso presenti anche dei pericoli: come quello del dilettantismo facilone che, spesso in malafede, specula sull'alibi della « comprensione » altrui; o quello dell'idolatria della *techne*, del feticismo per il segno, considerato in sé e non in quanto portatore di un significato.
Per chi scrive, dunque, lo scrittore d'oggi? Certo non per se stesso, come aveva rilevato Sartre in *Che cos'è la letteratura?*; ma, proseguiva Sartre, nemmeno per gli altri in generale (anche se teoricamente lo scrittore si rivolge a tutti gli uomini), bensì per un pubblico ben circoscritto di destinatari. A Sartre interessava soprattutto dimostrare come lo scrittore sia libero, cioè non *determinato* dall'ambiente, secondo la tesi di Taine, ma *sollecitato* dal particolare pubblico a cui si rivolge. « L'ambiente è una *vis a tergo*: il pubblico invece, è una attesa, un vuoto da colmare, un'*aspirazione*, in senso figurato e in senso proprio ».
Naturalmente Sartre non si limitava a enunciare questo principio, ma svolgeva una densa e lucidissima analisi della « situazione » dello scrittore in rapporto al suo pubblico e al contesto storico-sociale che lo condiziona. La sua tesi di fondo, comunque, restava quella: una tesi che lo stesso Sartre, oggi (cioè venticinque anni dopo averla formulata), non accetterebbe senza riserva.
Dal canto mio, mi limiterei a esprimerne una: egli trascurava di distinguere fra destinatari *coscienti* (quelli a cui siamo convinti di rivolgerci), e destinatari *inconsci* (quelli a cui ci rivolgiamo in realtà, anche se non ce ne rendiamo conto).
Fra i mille esempi, che potrei citare, sceglierò proprio Sartre. Suo nonno deside-

rava che diventasse uno scrittore, ma dubitava del suo talento. Ebbene, nel suo libro autobiografico, *Le parole*, Sartre ci confessa che forse il vero destinatario di tutta la sua opera di scrittore era proprio suo nonno: « Ancor oggi mi accade di domandarmi, quando sono di malumore, se non ho consumato tanti giorni e tante notti, coperto d'inchiostro tanti fogli, messo sul mercato tanti libri che nessuno si auspicava, nella sola e folle speranza di piacere a mio nonno ».

2. Per quanto riguarda in particolare il Questionario, vorrei anzitutto osservare che i film di De Sica nell'immediato dopoguerra raggiungevano un destinatario nazionale-popolare solo su scala ridotta, specialmente tenendo conto della massiccia influenza esercitata invece da polpettoni (italiani, hollywoodiani, ecc.) al cui confronto *Love Story* è un capolavoro. Ne consegue che le « generose illusioni » (perché non chiamarle « sbornie ideologiche »?) neorealistiche erano assolutamente infondate. Non dimentichiamoci infatti che la cultura resistenziale, pur rappresentando una sorta di rovesciamento dialettico del fascismo, nasceva e traeva nutrimento dal suo stesso humus, dominato, non a caso, dall'idealismo storicistico. Questa eredità fascista ha pesato funestamente (e continua, sia pure in minor misura, a pesare tuttora) sulla nostra mentalità, favorendo ogni sorta di mistificazioni. E' un discorso, questo, che ci farebbe uscire di tema, per cui lo interrompo qui, limitandomi ad aggiungere che non accetto di considerare *Love Story* come simbolo della « concreta realtà » odierna, o come « approccio involutivo » delle « aspirazioni degli anni quaranta ». *Love Story* è esclusivamente un film commerciale, e i film commerciali si continuano a fare adesso come venti o quarant'anni fa perché hanno una ragione d'essere intrinseca al sistema sociale in cui vengono prodotti (proprio in questo senso, d'altronde, sono significativi); i film neorealisti invece non si fanno più perché il loro filone, che esprimeva una particolare temperie culturale oggi esaurita, è esaurito anch'esso. Per cui i migliori registi italiani d'oggi, anziché cercare di fare film neorealisti di buon livello, cercano di fare film di buon livello che neorealisti non sono, senza che per questo li si possa accusare di fare *Love Story*.
Ma passiamo al duplice interrogativo che riassume il Questionario: « Per chi si scrive un romanzo? Per chi si gira un film? ».
Mi spiace molto di non poter rispondere in forma diretta e perentoria. Sono infatti convinto che gli impulsi che spingono un autore a esprimersi — scrivendo un romanzo, girando un film, o in qualunque altro modo — non siano solo sociali, e quindi generalizzabili, conformemente all'impostazione data dal Questionario; ma siano anche impulsi psicologici, variabili da individuo a individuo, e quindi non generalizzabili. Inoltre non sono solo impulsi di cui l'autore è consapevole, ma, in grandissima parte, si tratta d'impulsi inconsci. Ciò vale anche per i destinatari a cui l'autore si rivolge, una parte dei quali possono benissimo essere comuni ai destinatari di tanti altri autori (o, se vogliamo, di *qualunque* autore, nella misura in cui qualunque autore si rivolge *anche* a un pubblico anonimo e indifferenziato), senza che, d'altro canto, ciò impedisca che ogni autore abbia sempre i suoi destinatari specifici: quelli a cui si rivolge deliberatamente, e, molto più importanti — come ho accennato nella premessa del primo paragrafo — *quelli a cui si rivolge senza esserne conscio.* Spero di avere dato un'idea di quanto, secondo me, sia difficile e complesso stabilire se si possa « parlare oggi dell'esistenza di un destinatario collettivo » ecc. (cfr. il Questionario). A meno di non cavarsela con una battuta), o con una petizione di principio.
Se scrivessi romanzi, se girassi film, potrei forse dire in buona fede: « voglio comunicare con quel dato pubblico, chiamiamolo X, mentre non m'importa nulla di raggiungere anche il pubblico Y »; oppure: « cerco di comunicare con il più largo pubblico possibile, vorrei che tutti venissero raggiunti e modificati dalla mia opera, che nessuno fosse refrattario al mio messaggio »; o chissà quale altra risposta potrei dare. Siccome però non scrivo romanzi e non giro film, la mia reazione più spontanea è quella di chiedermi: « perché mai mi rivolgono una domanda come questa? ».
Senza dubbio per ottime ragioni, ed essenzialmente perché la mia risposta possa

contribuire a un chiarimento delle idee, che consenta, almeno in teoria, di programmare prodotti ben confezionati, in base a precise finalità (educative, edificanti, gratificanti, o altre che siano). In altri termini, i formulatori del Questionario potrebbero dirmi: siccome esistono, anche in Italia, i cosiddetti mass media che diffondono, nei loro molteplici canali (libri, cinema, radio, TV, dischi, periodici, ecc.), prodotti destinati a soddisfare l'appetito crescente di un pubblico sempre più vasto, perché non cerchiamo di individuare meglio questo pubblico, socialmente così sfaccettato, in modo che qualche volenteroso cerchi di rispondere alle sue *reali* esigenze, evitando di corromperlo o di massificarlo? Si tratta insomma dell'imperativo neo-illuministico di preordinare, controllare, dominare l'« opera d'arte » nella sua producibilità (e riproducibilità) tecnica, imperativo che a sua volta si fonda sulla concezione dell'arte come *techne*, cui ho alluso nella premessa. Ed è un discorso che presuppone non solo l'intricata tematica che intitolerei « comunicazioni e cultura di massa », ma anche, più in generale, il campo scientifico che compete alla psicologia sociale.
Ebbene, come ho già accennato, tutto ciò trascura la sfera *inconscia* dei rapporti fra regista (o scrittore) e pubblico. Non che non sia importante promuovere deliberatamente la produzione di opere con finalità meritorie o comunque « giustificabili »; direi persino che l'importanza sociale e pedagogica di simili esigenze è tale che dovrebbero essere incarnate in primo luogo da qualunque Ministero della Pubblica Istruzione che si rispetti (non mi riferisco evidentemente, alle nostre vigenti istituzioni). Ma le esigenze sociopedagogiche, per delicate e fondamentali che siano, non esauriscono affatto i problemi della sociologia letteraria (o filmica). Rispondere all'interrogatorio « perché si scrive un romanzo, perché si gira un film? » serve solo a motivare l'attività progettante di registi (e scrittori) i quali tendano non tanto a esprimere se stessi, a realizzare se stessi, quanto a conformarsi a dettami precostituiti e a eseguire opere in funzione di chi le « consumerà »: tendano, insomma, alla buona gestione di un patrimonio culturale già esistente e collaudato, ma anche vitale, per cui sia legittimo, e magari doveroso, sfruttarlo ulteriormente in libri o film. La coscienza, per lucida che sia, si limita a prendere atto, e ad amministrare, quel che c'è già: è l'inconscio (individuale e collettivo) a produrre il *nuovo*, anche sul piano artistico e culturale.
In questo senso, l'interrogativo « per chi si scrive un romanzo, per chi si gira un film? », è un interrogativo mal formulato, in quanto ha la pretesa (non solo implicita, cfr. il Questionario) di abbracciare anche i libri che non si sono ancora scritti, i film che non si sono ancora girati, come se il *futuro* e il nuovo fossero riducibili alla ri-produzione in serie del già noto. Più corretto, mi sembra, sarebbe chiedersi: « per chi si è scritto, per chi si è filmato (per es.) dal dopoguerra a oggi? », perché in tal caso una risposta esauriente la si potrebbe dare, se non altro in termini di psicologia sociale, o di statistica.

Alessandro Casiccia (studioso di scienze sociali)

La definizione del destinatario del messaggio è in fondo un problema classico che ringiovanisce periodicamente sotto la spinta di mutamenti sociali e di innovazioni tecniche. Naturale che a questo proposito ci sia nel Questionario l'invito a considerare come esemplari i rapporti cinema/letteratura. Ma è una storia anche troppo nota. La seconda aveva visto il suo pubblico trasformarsi in rapporto con le affermazioni del cinema. E aveva reagito, si sa, in modi diversi: ora appropriandosi di qualche suggerimento formale; ora invece (almeno nelle forme più tipicamente *highbrow*) andando a cercarsi uno spazio lontano da quello del nuovo mezzo e lasciando a quest'ultimo compiti più convenzionalmente narrativi e descrittivi. Un po' come aveva fatto l'arte figurativa dopo l'avvento della fotografia.
Problema attuale, più che l'impatto del mezzo-cinema sul mezzo-letteratura è semmai quello di altri mezzi sul cinema stesso. Lasciando da parte per ora i nuovi audiovisivi (le possibilità di un loro uso « alternativo al sistema » sono da verifi-

care) resta la TV. La sua azione ha notoriamente obbligato il cinema a reagire facendosi spettacolare; e ha determinato in tal modo la scissione del cinema indipendente. Pur essendo sempre esistito, quest'ultimo si è sviluppato proprio in questi anni: che sono anni, però, di crisi sociali, prima che di trasformazioni tecnologiche. In esso pertanto (preso molto in generale: dal normale film autoprodotto, allo sperimentale, all'*underground*) anche i problemi di linguaggio sono dichiaratamente problemi di scelta politica e d'intervento. Se la preoccupazione prima appare quella di sfuggire al compromesso formale, è perché si parte dall'assunto che tutto quanto prenda la forma *gradevole* della merce-spettacolo diviene immediatamente consumistico e soltanto consumistico, anche se origina da moventi di radicale rifiuto. Com'è noto, la scelta che ne consegue (di fare film — appunto — *sgradevoli*) riduce al minimo il pubblico *tout court*: non la quota dei consenzienti in mezzo ad esso (che anzi è altissima e potrebbe ridursi con vantaggio) ma semplicemente la somma dei fruitori; ora è chiaro che restringere questo numero assoluto a una minoranza di iniziati o di « militanti », significa lasciare sostanzialmente frustrata proprio quell'istanza d'intervento che sta dietro queste opere. Può darsi che d'ora in avanti un'alternativa in senso, diciamo, rivoluzionario, al cinema-industria, possa venire da strutture nuove (collettivi, « comuni », « gestione proletaria » della produzione e della distribuzione in base a una linea di classe). Una cosa, comunque, si può dire: difficilmente — o solo casualmente — nascerà dall'illuminazione e dall'iniziativa solitaria di questo o quell'artista « indipendente ».

Tuttora, dunque, il cinema che oggettivamente conta, perfino nell'ambito della critica pratica, continua ad essere proprio il cinema-industria con le sue contraddizioni conclamate, i suoi complessi ma efficaci meccanismi distributivi, le sue trasformazioni tecnologiche. Inutile ricordare che i *mass media*, cinema incluso, occupano quali veicoli d'ideologia una posizione di massimo rilievo nella problematica dei rapporti tra informazione e gestione del potere. E tra l'altro è soprattutto per l'impatto di mezzi come il cinema-industria che nel nostro secolo raggiunge il suo punto di rottura (e poi comincia a sgonfiarsi) il concetto stesso di arte che si era affermato nel secolo scorso. Franata così tutta una falda di valori estetici, hanno potuto farsi avanti a ogni livello altri problemi, di ordine propriamente sociale: come quello dell'interlocutore-massa, cui accenna il Questionario. Ed è di questo infatti che ci si deve occupare.

La confusione tra il significato politico e quello sociologico della parola « massa » ha sempre portato ad analisi scorrette. Ne è potuta derivare, ad esempio, la tesi dell'irreversibile imborghesimento del proletariato nei paesi avanzati; ed anche quella opposta, della generale proletarizzazione. Dietro a queste due formule ci sono aspetti della realtà che passano, per così dire, l'uno attraverso l'altro. L'isolamento della prima formula, oppure della seconda, non fa che nascondere il dualismo strutturale della società borghese e mascherarne la dialettica interna. Delle due, la più fallace può essere proprio quella della proletarizzazione generale, almeno se si limita a riproporre vecchie identificazioni massa/proletariato applicandole meccanicamente proprio là dove quest'ultimo, nella sua accezione più precisa, viene invece a trovarsi in una condizione relativamente minoritaria: e non minoritaria di fronte a masse di contadini poveri (come nel sottosviluppo), bensì rispetto a masse terziarie, impiegatizie, piccolo-borghesi. Ed è proprio a queste che si rivolgono i mass media e la pubblicità. (Ma qui il discorso investe la sfera ideologica). Nel linguaggio dei caroselli, chi fa tardi al mattino per aver usato la crema da barba sbagliata, deve poi vedersela con il capufficio; mai con il caporeparto. E nulla cambia se domani si aggiungerà qualche cliché macchiettistico, derivante da un film di successo sugli operai. L'imposizione di taluni modelli anche al proletariato vero e proprio ha come primo effetto una « piccoloborghesizzazione » ideologica. Ma la natura *subalterna* e *standardizzata* di quest'ultima, nel lavoro come nella vita, presto viene fuori; e sono caratteri propri della condizione operaia. Un'immagine ibrida si *generalizza*, investe di ritorno i ceti medi, li pone di fronte alla *miseria* delle loro illusioni.

La « piccoloborghesizzazione », tuttavia, non è solo la via paradossale della nuova « proletarizzazione »: è anche una disfunzione interna che avvelena l'etica dei rapporti di classe. E' lei che permette d'introdurre le mode (e con le mode la loro obsolescenza), lo spettacolo dell'ozio e della sessualità dei privilegiati (e, con la provocazione, la rivendicazione di un affrancamento generale dal binomio pudore-produttività), l'ingordigia consumistica (e insieme l'istanza di alti salari per soddisfarla), l'egoistico culto della pancia piena (e con esso la crescente impossibilità d'imporre ancora alla classe operaia questo o quel sacrificio in nome d'interessi nazionali o di valori « superiori »). L'opera di un cinema che si voglia rivoluzionario non può consistere né nel favorire né nel tentare di ostacolare questo processo. Deve semmai cercare d'imprimergli una direzione non casuale. Con quali strumenti? Utilizzando, almeno in partenza, la *volgarità* già acquisita, il linguaggio ormai dissacrato reso disponibile dal sistema stesso.
Ma non dimentichiamo che prima di tutto questo viene la scelta tra discorsi generali sull'alienazione umana e discorsi legati a una precisa scelta di classe. Ogni pretesa di messaggio universale (v. il dialogo del manicomio nel film di Petri) appartiene alla prima alternativa, e conduce a usare la *volgarità* del capitalismo in un senso interclassista favorendo i tentativi di occultare le profonde contraddizioni della società borghese. La scelta di classe implica anch'essa un uso della *volgarità capitalistica*; talvolta, anzi, un uso esasperato; ma — appunto come tale — volto nel senso, non della rassegnazione o della pacificazione, ma in quello del disoccultamento radicale. Non rinunciando affatto a *parlare a tutti*; ma rinunciando (questo sì) a *farsi accettare da tutti.*

Carlo Castellaneta (scrittore)

Mi ricollego alla citazione di Pavese: « il maggior narratore contemporaneo è De Sica... ». Pavese aveva ragione: perché ad esempio *Ladri di biciclette* (con la sua carica di denuncia e di emozione poetica) fu in quegli anni il risultato narrativo più alto, mentre il realismo in letteratura annaspava confusamente cercando di afferrare qua e là brandelli di realtà. Ma soprattutto De Sica ebbe la fortuna di risolvere (senza porsi il problema « per chi si gira un film ») il nodo eterno di ogni narratore: che è quello di parlare agli altri parlando a se stesso, obbedendo cioè a quella voce interiore che solo in un secondo tempo diventa « anche » la voce della massa. E' possibile riottenere quel momento di felicità creativa? Credo di sì. Se, ad esempio, il film di Damiani sulla mafia avesse avuto un po' più di rabbia o disperazione o immaginazione o che so io (voci personali cioè del regista) innestato su quel tema drammatico e civile, forse avremmo avuto il miracolo. Invece è rimasta una perfetta ma gelida macchina narrativa. In questo senso, però, non parlerei di « approdo involutivo ». Film buoni si continuano a farne, e come scrittore devo lamentare solo che i dialoghi dei film italiani siano quasi sempre incolori, scontati, melensi, eccetera.
Insomma io credo che sia ancora possibile porre valide alternative ai vari *Love Story* che vengono e verranno, ma è chiaro che esse saranno tanto più valide (artisticamente) quanto più « aristocratiche » nella loro fruizione, cioè ottimi film e ottimi libri, ma per le minoranze. Non mi illuderei neppure un momento che oggi si possa contendere a un prodotto di consumo il suo successo opponendovi un prodotto di altissimo livello. Questo significa che il grande libro e talvolta il grande film nascono già « condannati » (se vogliono sopravvivere nel tempo) a parlare a pochi.
Quanto all'originale e allo scenegiato televisivo, il problema qui è solo politico, e lo dico per esperienza personale. Un soggetto anticonformista viene scartato a priori, e se accettato verrà infine « ridimensionato » nel corso della sua realizzazione.
Certo che esiste il « destinatario ». Ma è assurdo, mi sembra, che siano gli autori a preoccuparsi di identificarlo. Si rischierebbe, come succede, di voler scrivere

un libro (o film) per i tramvieri e di essere letto dalle contesse. Voglio dire che il « destinatario » se lo trova poi l'opera, da se medesima, quando è realizzata. Se è di consumo o se è di livello, il suo autore avrà sempre alla fine il destinatario che si merita.
Concludendo: non so « per chi » si giri un film. So per chi si scrive un libro. Per gli amici.

Liliana Cavani (regista cinematografico)

I film li faccio per quelli che sono come me (il film è l'occasione per comunicare qualcosa di vitale) e per quelli che non sono come me, e che mi piace di stuzzicare e inquietare. Anzi, a pensarci bene, li faccio più per questi ultimi, quelli che non li ameranno e che a priori non li apprezzano. In effetti li dedico proprio a loro. Ciononostante non mi viene voglia di fare film simili a loro, ai miei contrari, anche se in questo caso li sedurrei più facilmente: i miei film mi piacciono solo se sono simili a me; di conseguenza i miei contrari ai quali li dedico non sono imbrogliati (dovrebbero almeno sentirsi lusingati).

Ivano Cipriani (critico televisivo)

Per chi si scrive un romanzo, si gira un film o un qualsiasi prodotto televisivo, tanto per fare un esempio? Ma potremmo aggiungere: per chi si dipinge un quadro, per chi si scrive una poesia, ecc.? La domanda potrebbe apparire a prima vista ingenua, se non addirittura banale: eppure è in questa domanda che si racchiude il nocciolo di tutto il vasto problema del rapporto tra intellettuale e società. Una domanda che non può neppure avere una risposta « assoluta », ma pretende risposte diverse in relazione a periodi storici diversi.
Quando Antonio Gramsci sollecitava ad affrontare il problema « perché scrivono i poeti? perché dipingono i pittori? », che è già molto diverso dal « per chi si scrive o si dipinge o si gira », richiamava a proposizioni filosofiche, e, polemizzando con il Croce, concludeva: *« l'artista (...) non scrive o dipinge, ecc., cioè non "segna" esteriormente i suoi fantasmi solo per "un suo ricordo", per poter rivivere l'istante della creazione, ma è artista solo in quanto segna esteriormente, oggettivizza, storicizza i suoi fantasmi »*. E giungeva a questa conclusione dopo aver affermato: *« Se non si può pensare l'individuo fuori della società, e quindi se non si può pensare nessun individuo che non sia storicamente determinato, è evidente che ogni individuo, e anche l'artista, e ogni sua attività, non può essere pensata fuori della società, di una società determinata »*. (Le citazioni sono tratte da *Letteratura e vita nazionale*, « Degenerazioni artistiche », ed. Einaudi, pagg. 64-65). Rischia quindi di peccare di faciloneria ogni risposta che non faccia riferimento, sia pur sommario, alla società in cui oggi si scrive, al « chi » ci si rivolge e alle condizioni in cui si attua questa attività umana. E vorremmo qui sgombrare subito il terreno da un grosso equivoco, quello che potrebbe essere rappresentato dal rispondere: si scrive o si gira un film per se stessi, per placare le proprie ansie e i propri bisogni, per dar sfogo alle proprie esigenze. Che dell'articolato e ricco processo creativo entrino a far parte anche componenti di quel tipo, le quali scaturiscono dal profondo della psiche e dalla collocazione storica e personale nella società, è fuor di dubbio, ma diremmo che questo non è il momento di massimo rilievo del processo, e non è questo che ci aiuta a dare una corretta risposta.
La società nella quale viviamo fa dello scrittore, del pittore, del regista, ecc. un produttore di beni che sono destinati a un consumo che si presume sempre il più largo possibile e che ha natura e caratteri particolarissimi; ma questa stessa

società condiziona i suoi funzionari, delegati al lavoro produttivo nel campo dei beni dello spirito, come li definiva Marx nel *Capitale*, attraverso un complesso di filtri e di meccanismi di grande rilevanza. Diceva ancora Gramsci: « *Il rapporto tra gli intellettuali e il mondo della produzione non è immediato, come avviene per i gruppi sociali fondamentali, ma è "mediato", in diverso grado, da un tessuto sociale, dal complesso delle superstrutture, di cui appunto gli intellettuali sono i "funzionari"* ». (*Gli intellettuali e l'organizzazione della cultura*, « Per una storia degli intellettuali », Ed. Einaudi, pag. 7). Ed è proprio quella « mediazione » che rappresenta oggettivamente il filtro e la struttura centrale del rapporto tra intellettuale e società (o, per essere più esatti, tra intellettuale, classe e società).
La mediazione storica, nel contesto capitalistico, è offerto dall'industria culturale nelle sue diverse « fabbriche », nei suoi diversi momenti e livelli produttivi, nella qualità dei diversi spazi che offre ai suoi funzionari e operatori. Cinema, teatro, editoria e, in sommo grado, televisione — è qui che l'industria culturale giunge al suo più alto livello di sviluppo e chiede il più alto livello di organizzazione e di funzionalità e quindi di divisione del lavoro, anche intellettuale in senso stretto — sono dunque gli apparati di mediazione tra i funzionari della classe al potere e le grandi masse, il punto dal quale parte l'attacco o la ricerca di consenso nei confronti delle classi antagoniste.
La risposta alla domanda che il Questionario pone va dunque cercata qui, a questo livello: produttivo, sociale, politico e anche ideale e morale. Si scrive un romanzo, si gira un film o un telefilm, si scrive una poesia o si dipinge un quadro per un produttore, una rete radiofonica o televisiva, una catena di giornali, un editore, una galleria d'arte, ecc. Si scrive e si gira, ecc. per una organizzazione che in effetti condiziona e determina gli orientamenti, i caratteri di massima, la natura dei prodotti culturali; che in definitiva « organizza » — perché si attribuisce questo compito di organizzatore — la cultura e i modi del suo svolgimento e del suo irradiarsi; che coordina i flussi di ritorno, li esamina secondo i propri meccanismi e ne trae gli insegnamenti che servono allo sviluppo dell'attività produttiva. Questa industria culturale lavora alla ricerca di una gratificazione politica o di un profitto economico o, meglio ancora se questo può accadere, di tutti e due. E' naturale quindi che tali obiettivi non possono non condizionare l'opera stessa dello scrittore, del regista, del pittore, ecc. la cui attività sociale è sempre più alienata ed è pagata nella misura in cui il produttore collabora per ottenere quei due obiettivi. Il pagamento dell'opera diventa così il vero riconoscimento, anzi il massimo riconoscimento per l'intellettuale, e il più preciso indice di valore.
Per chi si scrive, si fa un film, ecc., dunque? Per un produttore, per un'azienda, per l'industria culturale. Ma ciò non significa che sia possibile racchiudere meccanicamente e grossolanamente il processo in un unico « corpo », perché questa società è dilaniata dalla lotta di classe e sono questa lotta di classe e il suo sviluppo a modificare, e talvolta a « far saltare », le logiche obiettive che guidano e regolano il collegamento, e determinano l'organicità, in termini dinamici e non statici, del rapporto tra intellettuale, classe e società.

Vittorio Cottafavi (regista televisivo)

Per il desiderio di comunicare con gli altri (questa è la mia risposta al Questionario): avendo un carattere introverso, schivo, restio, cioè dificile per i contatti umani, ho cercato il mezzo che mi permettesse di raggiungere gli altri.
Forse per questo ho finito col dare la preferenza alla televisione rispetto al cinema o al teatro, perché la TV è uno strumento di comunicazione più ampio, più profondo e civile, ma soprattutto più intimo. Attraverso il piccolo schermo si diventa amici abituali.
Infine, l'opera televisiva nasce da una collaborazione. E' opera collettiva, e dunque di intenti comuni. Anche nella fase creativa che precede la comunicazione il rapporto umano diretto prevale su ogni cosa.

Damiano Damiani (regista cinematografico)

Tra amici, una sera, si pose il quesito: che cos'è l'amore. La risposta che mi venne in mente fu: amore è considerare gli altri parte integrante e condizione insostituibile per lo sviluppo della propria personalità. Intendevo dire che nessuno può presumere di espandersi e compiersi senza il concorso di coloro che gli stanno intorno. Fuori dalla relazione col suo simile, l'uomo non è nulla.
Non posso quindi rispondere adesso al vostro quesito con un « faccio i film per me stesso », anche se spesso mi sembra che sia così. Questa impressione mi deriva forse dal fatto che più che compiacere il pubblico, cerco di soddisfare l'istinto comune a tutti di dare senso e importanza alla propria vita. Ma gli altri, appunto in quanto vita, sono per me fonte perenne d'interesse e d'ispirazione. Se così non fosse, un autore dovrebbe fare i film avendo unicamente se stesso come soggetto e spettatore. Il che è assurdo. Quindi se mi viene da rispondere « per me stesso », intendo dire per tutti coloro che mi hanno permesso di essere quello che sono, nel bene e nel male.
Non faccio quindi i film per il cosidetto successo. Ma il riconoscimento, nel significato letterale di conoscenza reciproca, che a volte si verifica tra autore e spettatore, rimane comunque un momento fondamentale del nostro lavoro.

Vittorio De Sica (regista cinematografico)

In fase di ideazione e di scelta di un soggetto, io penso subito al suo esito artistico. Così è stata la volta dei primi film neorealisti, sino ad *Umberto D*, che non aveva in sé nessuna concessione e nessun compromesso. Film che andavano assolutamente contro corrente, e che non procuravano al produttore quei benefici che sono forse il suo unico scopo. Ne risulta che artisti impegnati si rivolgono più al giudizio della critica, che non alla massa di pubblico pagante che ama film a carattere esclusivamente commerciale. Il mio *Umberto D* non ha incassato il costo delle copie, ma si trova in tutte le cineteche del mondo.
Purtroppo il cinema è un'industria e bisognerebbe pensare sia al lato artistico che al lato commerciale. Charlie Chaplin, nel passato, credo che abbia trovato la formula perfetta, mentre Flaherty è rimasto l'artista che ha interessato soltanto una élite di intellettuali.

Gillo Dorfles (critico e sociologo dell'arte)

Il vostro Questionario comprende almeno una decina di domande ed esigerebbe dunque altrettante risposte; il che non è possibile nel breve spazio previsto da un'inchiesta. Mi limiterò dunque a quelle essenziali e servendomi d'uno stile quanto mai telegrafico.

1) Il maggior equivoco consiste nel continuare a credere nell'esistenza del romanzo (letterario) e ad accomunare quest'ultimo al « romanzo filmico » (tirando in ballo il triste esempio di *Love Story*). In realtà il « genere romanzo » non ha più nessuna possibilità di esistenza nel settore dell'arte « letteraria » ed è ampiamente sostituito dalla saggistica, dal diario, dal racconto storico, da moltissime altre forme narrative.

2) E' probabile che questo declino del romanzo sia dovuto al declino della società borghese, che ne era stata la promotrice e la provocatrice; ma è anche verosimile che il declino sia dovuto proprio all'avvento del mezzo filmico. In altre parole: come il ritratto (pittorico) è stato sostituito dalla fotografia, così il romanzo scritto è stato sostituito dal romanzo filmato.

3) Per quanto riguarda lo « sceneggiato » televisivo rispetto all'originale letterario, non posso che ripetere quello che ho spesso affermato in alcuni miei libri:

ossia che ogni trasposizione da un medium (da un mezzo espressivo) ad un altro, è ambigua e quasi sempre destinata a un risultato penoso o addirittura Kitsch (l'esempio dei *Promessi Sposi*, dei *Miserabili*, della *Forsyte Saga*, ecc. insegni). Il che ovviamente non significa che non sia possibile creare appositamente per il piccolo schermo uno sceneggiato e filmato che non incorra in queste pecche. E' il fatto stesso della *trasposizione* — sia nel caso della TV che in quello del cinema vero e proprio (vedi *Morte a Venezia* e mille altri casi) — a costituire un pericolo, proprio per la non sovrapponibilità dei due linguaggi — quello filmico e quello letterario — e il loro valersi di mezzi espressivi completamente diversi.

4) Anche se al giorno d'oggi non esiste una categoria omogenea di pubblico (né per il cinema né per la letteratura e il teatro), da un punto di vista socioantropologico tuttavia credo che il pubblico possa divenire un autentico interlocutore; e lo possa divenire tanto più quanto « migliore » sarà il prodotto che gli verrà propinato. In altre parole: non è colpa del pubblico ma dei mass media se oggi esistono molte incongruenze nell'accettazione nella fruizione, delle opere comunicative, di qualsiasi genere.

5) Per quanto, finalmente, riguarda l'importanza delle trasformazioni linguistiche dovute all'avvento della civiltà industriale, e alla trasformazione dei meccanismi psicofisiologici percettivi e conoscitivi, ritengo senz'altro che questo sia un punto essenziale in tutta quanta la vicenda di cui stiamo ragionando: il fatto stesso di discorrere d'una « civiltà dell'immagine », il fatto stesso che le sollecitazioni visive, e la « lettura » delle immagini non « scritte » si siano fatte più frequenti (presenza dei fumetti, dei fotoromanzi, dei cartoni animati, dei cartelloni pubblicitari, della segnaletica stradale, ecc.), è da porre in stretto rapporto con il prevalere di certe forme comunicative come quelle filmiche e televisive rispetto a quelle della parola scritta. Ed è più che logico pensare che il mezzo migliore di comunicazione a livello di massa sia — ancora per parecchio tempo, se non per sempre — piuttosto il cinematografo che il romanzo (scritto).

6) Un ultimissimo punto che nel Questionario non è stato precisato sufficientemente: qual è, allora, il rapporto tra valore « letterario » dello sceneggiato (filmico o televisivo) e quello che ebbe un tempo o che ancora ha, raramente, il romanzo (scritto)? Ebbene, non è possibile identificare i due valori: la sceneggiatura non è che uno degli elementi che entrano in gioco nella composizione del « totale filmico », e come tale non può essere considerata « opera letteraria » che con una evidente forzatura (basta considerare i moltissimi testi di sceneggiature, anche « d'autore », che sono stati pubblicati negli ultimi anni).

Franco Ferrarotti (sociologo)

L'idea che si scriva un romanzo o che si giri un film per un destinatario specifico è, nelle condizioni sociali odierne, il residuo più vistoso di una concezione intimistica, separata da « tutto il resto della società », che si ricollega alla formazione umanistica tradizionale. In questa prospettiva la nozione di un destinatario « nazional-popolare » costituisce la mera sopravvivenza di una concezione aristocratica, se non francamente elitistica, dell'attività artistica. Che tale concezione sia oggi in crisi non dovrebbe stupire eccessivamente. Con tutto il rispetto che si può nutrire per l'angoscia di coloro che continuano a montare la guardia ai valori nobili, le antiche élites, prontamente identificabili e in qualche modo responsabili, si sono liquefatte, mescolate e confuse con la massa anonima e indifferenziata dei consumatori generici di cultura. Ciò comporta un fatto decisivo: la cultura tradizionale di élite, non solo si è trasformata in cultura di massa secondo le linee di una diffusione quantitativa che ne avrebbe abbassato il livello, ma si è qualitativamente trasformata in merce, vale a dire in soggetto-oggetto di mercato.
E' forse nell'avvento di questo « liberismo culturale » che si apre il problema del rapporto fra l'autore e il suo pubblico. Oggi si scrive un romanzo, si gira un film

(pur nella sostanziale differenza di queste due attività creative), muovendosi a tentoni alla ricerca di un destinatario elusivo che si può raggiungere solo attraverso la costosa mediazione delle burocrazie editoriali e dei lanci reclamizzati. L'ultimo lavoro artigianale, quello dello scrittore, è stato anch'esso raggiunto dalla logica onni-avvolgente della società industriale. Da questo punto di vista, nessun dubbio che il film appaia privilegiato rispetto al romanzo, almeno nella misura in cui una società tecnicamente avanzata e dominata da un mercato teso a massimizzare le occasioni di profitto, è una società che favorisce l'immagine contro la parola, l'immediatezza visiva contro la riflessione consapevole.
Con ciò non si creda a una evocazione idillica di tempi passati, in cui appariva garantita l'autonomia del produttore di cultura direttamente connesso con un suo pubblico ristretto e specifico. I produttori di cultura del mondo che ci siamo lasciati alle spalle, erano autonomi e sicuri non in quanto produttori di cultura, sebbene in quanto erano anche proprietari e controllori dei loro mezzi di sussistenza. Nel momento in cui i prodotti culturali prendono il loro posto nel grande mercato come una merce fra le altre merci, l'esistenza di un pubblico omogeneo tende a vanificarsi nel giuoco complesso e imprevedibile delle opzioni individuali surrettiziamente guidate facendo ricorso a normali tecniche pubblicitarie commerciali. L'appuntamento vero con il lettore o con lo spettatore finisce per essere, in queste condizioni, un regalo del caso.
Si apre qui l'ardua questione del criterio valutativo per determinare l'importanza e la portata sociale di un libro (si veda per esempio, a questo proposito, la soluzione paradossale, ma non priva di logica, di Robert Escarpit che sceglie come criterio finale le statistiche delle vendite) oppure di un film; così come si pone la spinosa questione del concetto di « successo » e del fatto conturbante che alcuni autori, come Stendhal, possano dare degli appuntamenti alla storia e che questi appuntamenti scattino al momento previsto; ma non ci è dato di approfondirle in questa sede.

Angelo Guglielmi (critico letterario)

Dando per scontato che letteratura, pittura, cinema, musica ecc. si rivolgono allo stesso pubblico (hanno un destinatario in comune) ciò che altrettanto indubitalmente varia è la composizione quantitativa (e solo indirettamente qualitativa) di questo.
Nel caso particolare del romanzo e del film la diversa consistenza dell'uditorio va ricercata nel fatto che il secondo rispetto al primo beneficia del privilegio di potere attuare i modi della comunicazione diretta. E vediamo come e perché.
Non vi è dubbio che il cinema può affrontare e sviluppare un discorso di contenuti (di contenuti riferiti, oggettivi, esterni) senza incorrere nelle mistificazioni in cui cade la letteratura allorché tenta la stessa operazione: e si badi bene, la mistificazione riguarda tanto i contenuti che la letteratura, e cioè allorché la letteratura si cimenta direttamente con i grandi temi della realtà politica e sociale (per esempio la guerra del Vietnam) mistica non solo se essa (ponendosi come brutta letteratura) ma involgarisce e immiserisce anche quei temi che hanno ben altra grandiosità e tragedia. Il perché ciò avviene in letteratura lo si è detto tante volte: il linguaggio verbale (delle parole) in tanti secoli di storia (o meglio di oppressione della storia) si è esaurito, scaricato, spento: il processo di sclerotizzazione lo ha reso un arnese inservibile per la costruzione del significato (di nuovi significati, giacché il significato è sempre un nuovo significato). Il problema è dunque quello di costruire un nuovo linguaggio: ma attenti, l'elaborazione di un nuovo linguaggio passa attraverso l'abbandono del linguaggio descrittivo e fabulativo che fin qui è stato il linguaggio della letteratura. Certo non è da oggi che la letteratura è essenzialmente un discorso delle forme e cioè non è da oggi (anzi è da sempre) che la letteratura è il discorso di se stessa. Ma la differenza è che una volta poteva discorrere di se stessa discorrendo di altro, oggi

invece discorrere di altro significa piuttosto discorrere contro se stessa. Ed è comprensibile che sia così. Infatti oggi noi stiamo assistendo non soltanto al distacco del linguaggio cioè alla sua estraniazione rispetto all'evento dell'espressione intesa come necessità ma anche al distacco della storia cioè al suo sottrarsi alla prospettiva di un « farsi » motivato, cioè controllato dalle regole della ragione. Così non solo le parole non ci appartengono più ma nemmeno i fatti: le une e gli altri portatici via (cioè imposticì) da un meccanismo la cui sinistra infallibilità è legata alla sua proterva autosufficienza, cioè al fatto che le leggi che ne assicurano il movimento sono ritagliate in un contesto dal quale è rigorosamente esclusa la prospettiva della libertà dell'uomo e della sua responsabilità. E il problema è ora di recuperarli. Addetto al recupero delle parole è la letteratura. Addetto al recupero dei fatti è la Rivoluzione. E quando il recupero sarà avvenuto, forse parole e fatti potranno continuare a coincidere, e la letteratura e la storia a fare lo stesso discorso. Oggi non è possibile: oggi la letteratura non può fare che il discorso del linguaggio; dunque non può che cimentarsi in un'opera di disgregazione, di rottura, di demistificazione dell'istituto linguistico ereditato, che, in quanto tale, figura calcificato, sclerotizzato, stereotipato.
Ma forse per il cinema si può fare un discorso diverso o meglio il cinema può fare un discorso diverso.
Ho l'impressione che nel cinema i due momenti delle parole e dei fatti possono trovare un punto d'incontro, naturalmente non nella prospettiva dell'arte (che per questa via è definitivamente compromessa) ma nella prospettiva dell'azione politica (nel senso di azione capace di suscitare un contraccolpo immediato nella sfera della prassi). Ora perché questo può dirsi del cinema e non della letteratura? Si è visto che la letteratura allorché fa qualche cosa di diverso dalla letteratura cade nel ridicolo, nella mistificazione, nella comunicazione falsificata. Il cinema al contrario deve fare sempre qualcosa di diverso giacché ponendosi essenzialmente come « altro » l'errore lo compie quando cerca di essere se stesso. Allora diventa imitazione della letteratura, cui si sforza di fare il verso pervenendo a risultati stonati e stucchevoli. Sto pensando a tutti quei film in Italia e (soprattutto) fuori, che centrano il loro impegno esclusivamente sulle ricerche di linguaggio. Il risultato è penoso, o, perlomeno, non è mai convincente. Temo proprio che il cinema manchi di una propria autonomia di linguaggio. O meglio che il linguaggio nel cinema si pone come subordinato cioè strumentale rispetto a un senso (il senso del cinema) che non coincide col (non è il) linguaggio come per la letteratura. Questo senso potrebbe risiedere nel valore della « *rappresentazione* » intesa non in chiave deterministica di riflesso o di fotografia di una situazione già data ma in chiave dialettica di ricerca, di confronto per una situazione ancora da scoprire (da formare). Questa funzione una volta la svolgeva la letteratura o forse anche la letteratura: ora non è più possibile per i motivi sopra accennati e che risiedono in quell'abisso incolmabile che si è spalancato nel rapporto tra parole e cose. La malattia dell'afasia ha colpito ovviamente anche il linguaggio delle immagini e non soltanto quello verbale proprio della letteratura. Ma intanto si può azzardare l'ipotesi che nell'ambito del linguaggio delle immagini questa malattia si presenti con un decorso meno drammatico, ma soprattutto si può e si deve dire che non è lecito risolvere il linguaggio del cinema sic et simpliciter in quello delle immagini. Il linguaggio del cinema letteralmente parlando è costituito di immagini e anche di parole e di suoni e di gesti: è un linguaggio composito e di collage, che trova la sua unità non tanto nella realizzazione di un rapporto solidale e di consenso tra tutti i suoi elementi costitutivi quanto in relazione a un *qualcosa* che accade al di fuori di quegli elementi o tessere. Né stupisce che ciò avvenga: giacché il linguaggio fortemente composito manca di una struttura autonoma, essendo la somma di tante entità strutturali diverse. Sicché detto linguaggio (nel nostro caso il linguaggio del cinema) non punta alla propria realizzazione (alla realizzazione della propria autonomia) ma alla produzione di un senso il cui evento si compie al di fuori di esso (cioè del linguaggio). In altre parole in letteratura l'evento è il linguaggio; nel cinema l'evento è il senso che segue al linguaggio.

Forse si può anche dire che la letteratura è la sede in cui si costruisce il linguaggio, il cinema (e non solo il cinema) la sede in cui lo si adopera o consuma. La maggiore possibilità di spesa e di discorso (seppur nei termini che si è detto) di cui il cinema beneficia si accompagna a una maggiore possibilità di seguito e di ascolto. Naturalmente questo vantaggio ha un risvolto negativo nel quale il cinema non esita a incappare. E cioè è disposto a sfruttare la sua credibilità astrutturale per fare passare ogni sorta di messaggi tra i più equivoci e volgari. Tanto che alcuni tra i registi più seri e ambiziosi preferiscono rinunciare ai vantaggi del discorso diretto e s'impegnano in forme di comunicazione più ardue e mediate. Da Godard al cinema underground americano. Dunque paiono praticare il cinema come discorso di élite. In effetti intendono solo salvare l'autenticità del messaggio.

Guido Guglielmi (critico letterario)

Nel grande cinema italiano dell'immediato dopoguerra (che come ben vedeva Pavese non ha un corrispettivo nel romanzo) le cose apparivano assai diversamente rispetto ad oggi, perché diverso era allora il rapporto tra il film e lo spettatore collettivo. C'erano allora attese indeterminate e generose, ma intanto il nazifascismo era stato abbattuto e la tensione politica, maturata attraverso la guerra di Liberazione, era un fenomeno collettivo, di masse operaie e contadine. Gli spettatori, invece che identificarsi fantasmaticamente con le immagini, si sentivano protagonisti nella realtà di ciò che vedevano. La scoperta della realtà era interna a un processo di trasformazione della realtà che si credeva dovesse compiersi. Le immagini erano politiche e l'introduzione nel film dell'attore non professionista annullava la distanza tra opera e spettatore. In seguito — diciamo dopo il '48 — con l'assestamento della società italiana su linee moderate, lo spettatore collettivo diventa spettatore privato, le prospettive politiche cominciano a perdere plausibilità e le immagini acquistano un mero potere di fascinazione. Gli stessi film e romanzi che negli anni dell'engagement continuarono a proporre contenuti politici immediati, assunsero un carattere epicizzante fondato sulla separazione costitutiva tra spettatore e immagine. Tese così a riprendere corpo il pubblico in senso tradizionale, benché su basi nuove (di massa) che il grande sviluppo capitalistico degli anni cinquanta andava costituendo.
Sono, queste, ragioni sulle quali tutti sembrano concordare. Il pubblico è dunque un equivoco? Direi che lo sia sempre stato. Troppo spesso, forse, ci dimentichiamo che esso non è una realtà strutturale, ma una costruzione ideologica. Leggiamo oggi tutti gli stessi romanzi, vediamo gli stessi film e gli stessi spettacoli televisivi, benché i nostri interessi sociali siano conflittuali. Possono anche pervenirci messaggi politici, ma la struttura delle comunicazioni di massa è tale per cui quei messaggi arrivano a noi attraverso un diaframma che li trasforma in oggetti separati di fruizione e di divisione, in significati che hanno solo un rapporto astratto e deformato col *qui* e *ora* in cui viviamo. Solo in queste condizioni può sorgere un pubblico omogeneo. In genere, quanto meno si è politici, tanto più si è pubblico. Se è vero che la realtà del nostro tempo ha funzionalmente bisogno di un correlato di irrealtà, ebbene quella di classe è una nozione strutturale e quella di pubblico una nozione sovrastrutturale. La classe borghese si pensa come umanità semplicemente, e impone ai dominati di riconoscersi nei suoi simboli.
L'operazione riesce, ma fino a un certo punto: l'industria culturale non « razionalizza » più di quanto non razionalizzi il neocapitalismo. Le contraddizioni tornano infatti a farsi valere. La nuova contraddizione potrebbe essere questa: da una parte gli spettatori hanno bisogno dell'irrealtà delle immagini e della propria irrealtà di pubblico, dall'altra manifestano impazienza per la passività del proprio ruolo. Ed ecco dunque aprirsi la possibilità per una riconversione politica delle immagini romanzesche, filmiche e televisive, e per trasformare il pubblico in spettatore collettivo. Occorre, a questo fine, sviluppare la negatività implicita nel pubblico

— la contraddittoria tendenza a superarsi che si può scorgere in esso — orientandola razionalmente sia al livello della produzione che della ricezione dei messaggi. Il messaggio diventa politico non per le « cose » che dice — che sarebbero inevitabilmente cose da vedere —, ma per la capacità di invalidare le forme dominanti della comunicazione. Bisogna saper costruire forme che non siano sostitutive della realtà e che non concludano, ma restino problematiche, perché chi conclude non è l'opera bensì la praxis; e bisogna saper generalizzare un modello critico di decodificazione attraverso un lavoro politico di base.
La prospettiva è quella di stabilire una connessione tra teoria e pratica, inserendosi nel sistema comunicativo ed usandolo alla rovescia. Posto che esistano gruppi di utenti-produttori culturali che non si accettino come pubblico e che sappiano servirsi dei mezzi forniti dalla comunicazione di massa in direzione divergente, il lavoro creativo si eserciterà decontestualizzando i messaggi e inserendoli in un circuito di controinformazione. Che poi il sistema riesca, al di là di un certo segno, nella sua opera di integrazione e assorbimento, mi pare difficile crederlo. Non si sono formati molti dirigenti rivoluzionari negri sulle opere fornite dalla biblioteca del carcere?

Riccardo Luccio (psicologo)

Mi sembra necessario rovesciare in una qualche misura l'impostazione data al Questionario, e, partendo dalla considerazione di cosa siano in realtà film e romanzo (per lo meno per gli aspetti che mi interessano), vedere se sia possibile trovare una omogeneità di principio tra queste due forme di comunicazione; la possibilità di un destinatario comune discende da un eventuale esito positivo di questa prima analisi.
Il discorso — ovviamente molto schematico, anche per una discreta carenza di ricerche empiriche in questo campo — potrebbe comunque essere impostato in questo modo. Perché un processo di comunicazione possa svolgersi, l'origine (in questo caso l'autore) e la destinazione (il fruitore) debbono avere il codice in comune. In altri termini, è indispensabile che il messaggio decodificato non abbia una variabilità superiore a quella volontariamente immessa dall'origine o derivante dal rumore del canale, e non quindi derivante dal processo di decodificazione stesso.
Ora, indipendentemente dalle differenze, e (soprattutto per ciò che riguarda il cinema) dalla pluralità di materiali espressivi impiegati, i linguaggi utilizzati, come sostengono gli studi più recenti (da Garroni a Metz a Eco, ecc.), non sono riconducibili a un unico codice, ma a molteplici codici coesistenti. A ciò si aggiunga che, sempre volendoci limitare a romanzo e film, il linguaggio di ognuno di questi mezzi risulta particolarmente idoneo a porre in evidenza o a mantenere nell'ambiguità alcuni elementi e non altri. Volendo fare un esempio banale e in parte arbitrario, il romanzo ci può descrivere lo stato d'animo di un personaggio, e lascerà alla nostra libertà di lettori il visualizzarlo nella nostra fantasia; e il film, di converso, ci fornirà l'immagine visiva del personaggio, e ci lascerà la libertà di rivestirlo degli stati affettivi che riteniamo più idonei.
Anche se in teoria non impossibile, la trasposizione dello stesso messaggio dal linguaggio cinematografico a quello del romanzo, e viceversa, viene resa estremamente difficile da questi fattori, e rende almeno problematico il postulare la esistenza di un « ideale comune » di romanzo e film. A meno che tale ideale comune non venga ipotizzato ad altri livelli (per esempio, di impegno politico), sui quali non ho la capacità di esprimere dei giudizi.
A livello di fruizione, poi, perché si possa parlare di « destinatario collettivo » occorrerebbe, sempre per quanto detto sopra, che vi fosse una omogeneità sia nel possesso dei codici tra origine e fruitore, sia nel processo di decodifica tra fruitori. Si badi che non intendo assolutamente parlare di omogeneità a livello di consapevolezza. Pur però nelle limitazioni delle nostre conoscenze in proposito, è fuor

di dubbio che differenze apparentemente trascurabili possano condurre a notevoli disomogeneità nella decodificazione. L'uso stesso dei materiali espressivi comporta differenze nella cosiddetta « lettura », tali per cui, ad esempio, lo stesso messaggio trasmesso attraverso il cinema e attraverso la televisione viene fruito in modo diverso anche sostanzialmente: un documentario sulla vita di uno scienziato può essere recepito come romanzesco in un caso, come pedagogico-didattico nell'altro.
Non ho purtroppo studiato il problema dell'influenza che ha avuto l'industria su questi processi, anche se mi sembra ragionevole supporre che la tendenza sia non tanto quella di dedifferenziare romanzo e film, quanto quella di far apparire le differenze solo formali. E ciò non tanto per giungere all'ideale collettivo, quanto per far rientrare nello stesso ambito consumistico e di ricezione passiva entrambe le forme di comunicazione. In ciò rientra anche il riassorbimento di ciò che riesce a realizzare l'avanguardia (ad esempio, il cinema underground) non come discorso di base, ma come sviluppo puramente tecnico di certe possibilità di utilizzazione degli specifici materiali espressivi.
A mio modo di vedere, quindi, l'autore dovrebbe avere due strade: o effettuare una selezione del suo pubblico, stabilire di indirizzarsi solo a una certa categoria di fruitori scelti sulla base di criteri prestabiliti di omogeneità; o prevedere la possibilità che il suo messaggio sia fruibile a differenti livelli, abbia diverse possibilità di lettura a seconda delle categorie di destinatari. Il primo caso è probabilmente il più frequente, ma a mio avviso il secondo dovrebbe essere quello preferibile, purché si tenga conto del rischio reale che la categorizzazione del pubblico può portare a considerare questo come un oggetto passivo e a sclerotizzare il rapporto critico e in certa misura creativo tra autore e destinatario. Ciò inoltre può condurre a delegare ad altre forme di trasformazione sociale ogni discorso che possa condurre a una differenziazione e ad un progresso in questo campo.
Concludendo, mi rendo conto di avere risposto in modo estremamente parziale e insoddisfacente al questionario. In realtà ritengo che solo un maggiore impegno nell'attività di ricerca (svolta interdisciplinarmente) possa dare, se non delle risposte definitive a questi problemi, almeno dei punti a cui ancorare più solidamente un discorso che ora come ora non può essere che incompleto e parziale.

Mario Lunetta (scrittore e critico letterario)

In una società divisa sarebbe ingenuo o addirittura ipocrita considerare il prodotto culturale un servizio sociale, quando si sa che ascisse e ordinate che ne regolano il diagramma-base, come Profitto, Mercificazione, Alienazione passano fatalmente anche attraverso la zona che interessa la produzione di beni mentali. Ne viene, per il produttore che non intenda fornire un contributo apparentemente « franco », pseudoneutrale ma in realtà passivo (stavolta *servizio* nel senso peggiore) alla macrofabbrica del consenso, la necessità di adoperare la propria oggettiva lacerazione, i gravami della propria coscienza infelice, non per sublimarli in falsa coscienza nel limbo innocente della Perfezione Tecnica, ma caricando il proprio lavoro di intenzionalità (e quindi di prassi) antagoniste.
Per cui: l'unico modo di ricondurre dall'interno della separatezza e del lavoro alienato, un libro o un film alla loro funzione sociale, risarcire il loro ruolo di veicoli di crescita critica e di liberazione fantastica che non si riduca alla falsa catarsi in cui la borghesia ha ghettificato i manufatti artistici, o all'indottrinamento verticistico cui gli stessi obbediscono nelle società chiamate socialiste, non potrà che essere quello di realizzarli non più « per » il pubblico ma « contro » il pubblico; non più « per » se stessi ma « contro » se stessi: contro il diporto e la buona pace del fruitore, contro il proprio peccaminoso piacere di cacciatori del « bello » ideale.
Ma chi è, qui e ora, il fruitore? Chi è il « pubblico »? Secondo la logica commerciale ed estraniante del capitalismo, pubblico è la massa indifferenziata dei con-

sumatori di quella certa merce che si chiama *libro*, che si chiama *film:* massa che assicura, con l'acquisto dei manufatti di cui sopra, la floridezza dell'assetto economico-produttivo dell'industria culturale immediatamente, e mediamente dell'industria tout court. Credo che per un intellettuale il quale abbia consapevolezza della servitù del suo *status* nei confronti dei centri di decisione culturale (e che perciò abbia definitivamente rinunciato alla sacra investitura che per secoli ha distinto i *clercs* almeno limitatamente all'area della civiltà occidentale), riconoscendosi lavoratore addetto alla fabbrica della coscienza, la nozione di « pubblico » vada necessariamente modificata, se non rifiutata: dal rapporto speculare tra creatore e fruitore è indispensabile passare a considerare (contribuendo a realizzarlo) un rapporto dialettico, di confronto attivo, di compartecipazione critica, mediante la ricerca di canali alterni rispetto a quelli imposti dalla Megacomunicazione vigente: non più autoritariamente gestiti, ma viventi grazie alla creazione di strumenti democratici di base, di spazi di libertà (condizionata sì, ma agonistica), di controcentri indirizzati a preparare le condizioni ideologico-pratiche di molte piccole « rivoluzioni culturali »: quali, per esemplificare facilmente, si è potuto verificare in Occidente, con la generosa precarietà che conosciamo, durante l'esperienza della Comune di Parigi.

I tempi eroici sono malinconicamente tramontati, certo: ma se le condizioni dello sfruttamento e dell'acculturazione sono mutati, è cresciuta di contro la coscienza degli operatori, mentre è salito il livello dello scontro di classe sia in generale che sul terreno della comunicazione artistica. I detentori del potere, i padroni della ideologia guardano avanti, come è noto: al punto che il libro, il film appaiono già ora modi di comunicare alquanto archeologici. Dopo tanta retorica tecnocratica sulla Civiltà dell'Immagine, oggi eccoci davvero dentro a un modo di organizzare la cultura, nelle sue false e nelle sue vere necessità, assolutamente coloniale, cioè rispondente alle necessità sovrastrutturali del capitalismo maturo: con le videocassette e gli altri strumenti di una tecnologia « per tutti », orizzontale e unificante nella direzione del consenso, a partire dalla nuova pedagogia meccanizzata da applicarsi nelle scuole, per finire nella fruizione privata e a domicilio di messaggi fonico-visivi preordinati e completamente incontrollabili dal consumatore.

Certo, pare illusorio sperare che i nostri figli bambini possano trovare nel loro futuro di giovani il tempo e la *pace* per ripetere certe nostre fondamentali esperienze di lettori adolescenti: la mia impressione di smarrito osservatore è che *Guerra e pace* e la *Recherche* siano destinati a coprirsi di polvere nei loro malinconici scaffali, muti testimoni di una fase della storia umana irrimediabilmente obsoleta... Né una considerazione del genere vuol essere l'espressione angosciata di un estetismo nostalgico-crepuscolare, dal momento che intende porsi come l'esemplificazione (assai facile) di ragioni che guardino ai modi di esistenza e di occupazione del « tempo libero » ormai non più fantasiosamente futuribili, imposti dal capitalismo nella sua attuale fase imperialistica, totalitaria e pressoché ecumenica.

A questo punto emerge in primo piano la precarietà oggettiva del mestiere del produttore artistico, sia esso esercitato da un uomo di cinema o da un uomo di lettere; il suo ruolo separato, la sua scarsa incidenza rispetto alle forme immediatamente politiche dello scontro di classe attualmente in corso: precarietà e separatezza che possono essere negate solo vivendo fino in fondo la contraddittorietà della propria funzione, nella condizione socialmente subalterna che pure la contraddistingue, per ribaltarla in elemento di frizione, di conflitto ideologico, di demistificazione teorico-pratica. L'impero dell'industria della coscienza si può contrastare producendo un sistema capillare di decentramento ideologico, approntando una rete senza smagliature di guerriglia culturale, nei tempi e nei modi che le contraddizioni del sistema sul terreno della comunicazione in particolare, e sul terreno sociopolitico in generale, di volta in volta indicheranno e renderanno efficaci.

In questo quadro quindi, a mio vedere, va considerato il lavoro del cineasta, come

quello dello scrittore di testi letterari e di testi per la televisione. Tenuto conto anche, ovviamente, dell'udienza enormemente più estesa che un film ha rispetto a un libro, e una trasmissione televisiva rispetto a un film: nel rispetto più irrispettoso di un pubblico al quale il potere ha impresso i connotati passivi di una unità amorfa, indifferenziata nelle sue dimensioni di classe e nelle sue caratteristiche culturali: nel nome dell'Unità d'Italia.
Lo smantellamento di tante pigre abitudini, la messa in crisi di tante incrostazioni acquisite da generazioni grazie a un addomesticamento spoliticizzante che si è rivelato praticamente senza soluzioni di continuità dal 1861 ad oggi, sono i capitoli centrali di un lavoro culturale che non abbia abdicato alla propria funzione politica in vista della costruzione di una società seriamente socialista. Né certo basta a questo fine la riesumazione squisita che il nostro cinema e la nostra televisione « colti » continuano a realizzare di nobili testi catalogati come « classici » nei manuali di storia letteraria. La mistificazione delle loro ragioni sociospirituali si è dimostrata troppe volte patente, con buona pace della realtà in atto, completamente negletta, e che di « classico » non ha che la solita facies disumana dello sfruttamento... Perché la « bellezza » e il criterio di « valore » sono così facilmente veicolo di falsa coscienza, oggi più che mai. E allora?
Allora, si impone un tenace lavoro di scavo critico sul passato e sul presente, una scelta di materiali e di modi di comunicare e di esprimere le « necessità » delle masse come necessità proprie, quelle stesse che i gestori della Comunicatocrazia hanno puntualmente eluso, se vogliamo che il prodotto culturale non rimanga congelato nella separatezza che è la sua condanna sociale in un mondo parcellizzato, e recuperi per quanto è possibile il proprio perduto valore d'uso, rinnegando il posticcio valore di scambio assegnatogli dal capitale.

Romano Luperini (critico letterario)

Non ho la possibilità di rispondere come vorrei al Questionario, sia perché ciò implicherebbe un impegno considerevole che in questa fase mi è impossibile, sia perché riguarda anche un settore (il cinema) di cui ignoro quasi tutto.
Posso solo dire che dal conformismo indotto dall'industria culturale e dal consumismo e dall'unità di gusto che ne consegue (con una coincidenza pressoché perfetta fra domanda ed offerta) si può uscire solo in due modi: con una grande esperienza conoscitiva della realtà risolta sul piano artistico (il che significa un implicito rifiuto delle forme « artistiche » del romanzo e del film di consumo, in quanto forme del tutto inadatte a qualsivoglia conoscenza della realtà contemporanea ed invece finalizzate ad un suo oscuramento in chiave « ideologica »: ne derivano di necessità incomprensione e spesso ostilità da parte del pubblico comune), o con un impegno esplicitamente politico rivolto alla costituzione o alla individuazione di un pubblico di militanti politici.
Le due cose evidentemente non sono alternative, anche se, nella realtà attuale, si presentano spesso come tali.
Nel primo caso si scrive un romanzo o si gira un film per scoprire qualcosa del mondo o per dire qualcosa sul mondo, e gli interlocutori possono anche mancare o ridursi ad una cerchia ristretta di amici: si continua cioè una grande tradizione di arte borghese non ancora del tutto spenta, anche se agonizzante (come quasi tutti i valori tradizionali della borghesia, ormai). Nel secondo si scrive o si gira avendo presente questa crisi, ponendosi dentro di essa ma, tendenzialmente, contro e fuori di essa, in una prospettiva futura, in cui è possibile ricostituire una unità fra lettori (o spettatori) e autore, che non è data tanto dal prodotto artistico quanto dalla *tensione* (verso il futuro, appunto) di quel prodotto: da un elemento politico, cioè. Nel primo caso si ignora il pubblico, nel secondo si scrive *contro* il pubblico per un *altro* « pubblico »: e non a caso vanno usate ora le virgolette perché non ci si rivolge più a lettori o spettatori passivi, ma si tenta di neutra-

lizzare l'aspetto gratificante dell'arte e di coinvolgere gli interlocutori appunto in quella tensione.
Mi rendo conto di non aver affatto risposto ai problemi sollevati dal Questionario, e me ne scuso.

Antonio Marazzi (antropologo)

La produzione. Non si può dire che, tra lo scrivere un romanzo e il fare un film, vi sia oggi una differenza qualitativa in senso intellettuale. Anche in Italia, come era avvenuto da tempo in paesi di altra lingua, lo scrittore è andato abbandonando un linguaggio di élite, che qualificava al tempo stesso l'artista e la classe alla quale il prodotto artistico era destinato. Molti romanzi contemporanei — che vengano o meno utilizzati come soggetto per un film — vengono creati, o confezionati, come un film. Pensiamo al nouveau roman francese, ad esempio. D'altra parte, film come *La figlia di Ryan* hanno, nell'andamento narrativo, nel modo di trattare i personaggi, l'impalcatura classica del romanzo ottocentesco.
Ancora, scrivere romanzi o altro è considerato un'operazione meno intellettuale nella società d'oggi e fare un film un'operazione meno popolare, e tra i due generi c'è una comunicazione che manca tra altri modi d'espressione.
La grande diversità tra romanzo e film dal punto di vista della produzione, sta invece nell'aspetto economico. In un libro si investono pochi milioni (qualche mese di attività dello scrittore, composizione tipografica, stampa e diffusione del volume), in un film molte centinaia di milioni. Il rischio economico è quindi molto maggiore nel caso dell'industria cinematografica, ed è evidente che questo fatto condiziona le scelte dell'imprenditore e di conseguenza quelle dell'autore.
Il consumo. Curiosamente, qui si ha invece una spesa molto simile per la fruizione dei due beni. Un romanzo in edizione economica e una serata al cinema costano pressappoco la stessa cifra. Ma la fruizione è ben diversa. A parte l'ovvia osservazione che andare al cinema occupa una serata, mentre il bene-libro viene goduto più a lungo e può essere conservato e riutilizzato, vi è un atteggiamento molto diverso da parte del consumatore nei confronti del film o del libro.
Il libro infatti viene considerato un bene non necessario, un prodotto di lusso per una soddisfazione individuale, e viene trattato con la cautela riservata ai prodotti non di prima necessità in una economia povera, mentre la serata al cinema è quasi un obbligo sociale, una spesa corrente nel quadro di una economia consumistica ad alto livello di scambi. La stessa persona che spende con indifferenza millecinquecento lire per andare al cinema, si farà prestare il romanzo da leggere o, se è proprietario del volume, tenderà a conservarlo con cura. Si ha insomma la coesistenza di due modelli di comportamento economico a seconda dei beni a cui si rivolge il consumatore.
Il pubblico. Per le caratteristiche del proprio impianto industriale, un film si rivolge a un pubblico più vasto, sia in termini di classi sociali che geograficamente. Sente quindi, più del libro, il problema di trovare forme di comunicazione e soggetti che possano interessare un pubblico necessariamente eterogeneo.
Libro e film, comunque, si trovano oggi di fronte a un pubblico sociologicamente molto più omogeneo che nel passato: il livello di alfabetizzazione è cresciuto, la lingua nazionale si è uniformata ed è diventata più colloquiale, ha occupato lo spazio che era dei dialetti. L'italiano è la lingua del *Telegiornale* e di *Canzonissima,* ascoltato e capito da decine di milioni di persone. Potenzialmente, un pubblico più vasto che mai è a disposizione dello scrittore o del regista che sappia trovare un filo di interesse comune. Ma, oggi come nel passato, non è facile trovare interessi coincidenti tra generazioni, classi e regioni diverse perché esistono atteggiamenti culturali e ideologici diversi e spesso contrastanti.
Proprio questo è però uno dei compiti fondamentali dell'artista, riuscire cioè a coagulare intorno alla propria opera atteggiamenti culturali, interessi, gusti e con-

dizioni umane disparate nell'assenso come nel dissenso. Si pensi a *Madame Bovary,* oggetto di scandalo sociale al suo apparire, poi simbolo della condizione borghese dell'epoca e contemporaneamente oggetto delle più estenuate analisi filologiche e libro divorato dalle ragazzette come un fotoromanzo.
Come un partito politico cerca di rappresentare interessi comuni a diverse generazioni, categorie sociali e zone geografiche per raccogliere voti dalle diverse parti, così un messaggio letterario o cinematografico che abbia le qualità per imporsi, trova chi lo sa accogliere tra un pubblico vasto anche se eterogeneo per vari aspetti.
Il problema allora viene rovesciato: non si tratta più per lo scrittore o il regista di porsi passivamente di fronte a un pubblico, omogeneo o eterogeneo. E' l'artista stesso che si fa strumento attivo per rendere il pubblico omogeneo, dandogli un linguaggio comune, offrendogli esperienze e sensazioni da condividere, ciò che contribuisce a rendere più facile la comunicazione sociale. Quanti ragazzi sono cresciuti sognando le proprie avventure sulla falsariga di Robinson Crosue?

Alberto Moravia (scrittore)

Direi che non si gira un film o si scrive un romanzo per nessuno di preciso. Si scrive un romanzo e si gira un film perché ci si vuole esprimere. Il bisogno di espressione è proprio di tutti gli uomini. I registi si esprimono girando un film; i romanzieri scrivendo un romanzo.
Tuttavia per l'opera d'arte, ogni punto di partenza è buono. L'ispirazione come l'ordinazione; il rifiuto del pubblico come l'appello al pubblico. Se dunque l'artista è di quelli che hanno bisogno di « pensare » ad un pubblico per esprimersi, direi che il regista pensa ad un pubblico diverso da quello del romanziere. La diversità è tutta, d'altronde, nel numero; il regista « pensa » a milioni di spettatori; il romanziere a migliaia di lettori. Si dirà:. dov'è la differenza? Rispondo di nuovo: nel numero. Il numero, infatti, modifica la qualità o per lo meno determina il carattere di un prodotto o di un fenomeno. Una macchina sola in una strada è una macchina; mille, un ingorgo. Un pittore dipinge un quadro per « una » persona sola, l'amatore che l'acquisterà (in questo senso il pittore è l'artista che invidio di più); il romanziere, lui, deve vendere migliaia di quadri tutti eguali; e il regista, poi, milioni.
Detto questo, penso che il pubblico del romanziere è diverso da quello del regista esattamente come la parola scritta, nel suo sviluppo storico, è oggi diversa dall'immagine. Diciamo allora che le parole dei romanzi sono più difficili, più deformate, più cariche di allusioni culturali, e dunque meno vicine ad una cultura viva e in fase di crescenza dell'immagine cinematografica. E il pubblico del romanziere è più sofisticato, ma alla fine meno aperto alla cultura di quello tanto più semplice del cinema.

Italo Moscati (critico teatrale e responsabile dei programmi sperimentali della RAI-TV)

Con due interrogativi — che, poi, pongono più o meno la stessa domanda — il Questionario « finge » di considerare e di stimolare una riflessione su un problema ritagliato in una realtà circoscritta mentre, consapevolmente, invita a un esame molto complesso perché si attende una qualche risposta non marginale; anzi, si attende una serie (non è un Questionario rivolto a tanti?) di bilanci e di pronostici. A mio modo di giudicare con l'inchiesta si vuol sapere qualcosa che possa illuminare sulla condizione attuale e prossima di quel tipo di intellettuale che produce per il mercato, sia esso editoriale che cinematografico (o televisivo). Non lo si vuol sapere soltanto per quanto riguarda l'intellettuale stesso, ma anche

per quanto concerne chi, prima e dopo la fase di preparazione del « prodotto », gli prepara il terreno e passa a riscuotere forse in denaro, forse in benemerenze cultural-politiche. Cioè, il Questionario lascia supporre che un giudizio non può essere dato sull'intellettuale e sull'opera senza tener conto del momento economico e politico attuale. Ma non rinuncia a proporre lo spazio della mediazione, per costringere all'attenzione sulla fascia di temi e di spunti sui quali un lavoro culturale e ideologico può esercitarsi per registrare mutamenti, anticipazioni, giudizi definitivi. Tutto sta ad individuare il filo per un contributo che non ceda alla tentazione di scaricare ogni tensione nel vituperio di casi *Love Story*. Sarebbe troppo facile e accontenterebbe molti.
Da dove cominciare? Un Romano Luperini, guardandosi intorno e collezionando opinioni e citando titoli, potrebbe forse dire che all'ideologia della ricostruzione in cui confluì l'intelligenza della sinistra nel dopoguerra e in cui si celebrò — sempre secondo Luperini — la scelta moderata e riformista contro ogni prospettiva rivoluzionaria, si è agganciata la linea di una considerevole parte « ufficiale » dell'intelligenza sempre di sinistra, con il compito o semplicemente il disciplinato consenso verso una strategia dell'inserimento della opposizione riformista nel quadro delle forze dominanti. Il che significherebbe, sul piano culturale, una perdita pressoché totale del punto di vista del proletariato per legittimare e rilanciare le idee, le prospettive, l'ottica della borghesia.
Un Gian Carlo Ferretti, dal canto suo, potrebbe forse consentire a che il suo discorso sulla letteratura venisse dilatato per sostenere che un'analisi del passato prossimo sollecita a respingere una nuova o rinnovata ipotesi « di lavoro » capace di dignitosa — se lo è — sopravvivenza, e a porre con forza l'esigenza per l'intellettuale di prendere coscienza della funzione (sociale, e anche privata) perduta, di una impossibilità per lo scrittore (ma anche per un regista) ad accettare se stesso, il proprio equivoco status, la propria « natura ». E ciò riconoscendo alla contestazione il merito di aver tolto da sotto una campana di vetro il cosiddetto mondo della cultura.
Dunque, Luperini esamina e boccia il dopoguerra degli intellettuali, parlando a nuora perché suocera (la sinistra di oggi) intenda; Ferretti fornisce severi avvertimenti sul presente e toglie dal campo le illusioni sul domani. Al di là di quanto varrebbe la pena d'osservare su posizioni simili, che restano fra le più chiare sull'argomento, mi pare che entrambe siano adatte a far da base al Questionario, sgombrando il tavolo dai falsi problemi o dai problemi dispersivi. Allora, in sintesi: i margini che la situazione rende disponibili sono quelli della « partecipazione » e della « possibilità di condizionamento »; gli intellettuali sono invitati a prenderne atto, e a continuare in una zona appartata il proprio lavoro. Semplificando molto per suggerire indicazioni generali senza travolgere o, come si dice, senza mistificare i dati esistenti, accade che alla società si sia sovrapposta la dialettica fra le forze politiche ed economiche dominanti e che questa dialettica sia tenuta a delimitare uno spazio controllato per garantire un confronto materializzato « nelle » e « dalle » istituzioni, ai vari livelli, dai partiti agli organismi culturali pubblici, dalle industrie ai sindacati.
Sono le istituzioni che si organizzano e dialogano fra loro, oggi più che mai. Scopo del dialogo è quello di rispondere agli anni fra il '66 e il '70 con un adeguamento delle strutture; lasciandole il più delle volte pressoché intatte e cambiando poco e pochi uomini, ma svecchiandole e cercando una nuova, appena diversa duttilità rispetto, da una parte, alle spinte interne alla società e, dall'altra, al silenzioso rancore del paese che un'emarginazione sempre più grave esclude dalla società. Il dialogo viene condotto con un linguaggio tecnocratico, in cui affiorano di tanto in tanto zone di vecchio zelo umanistico. La combinazione si compie in un inter-scambio fra politici e managers dell'industria, e il giornalismo stampato o televisivo. I mezzi di comunicazione di massa, si sa, non inventano, assorbono come spugne quel che conferisce loro autorità e indiscutibilità. Specie per la televisione, il peso di un linguaggio così pre-fabbricato si fa sentire.
All'autore, scrittore o regista che sia, spetta in relazione a un tale stato di cose

Il compito di starsene in un angolo ad elaborare una depurazione del linguaggio e un intervento di « educazione » alle idee. Possono farlo mettendosi nel mercato, cioè puntando alla conquista numerico-qualitativa di un pubblico; oppure, scegliendo un ruolo che li inserisce pur sempre nel mercato ma con il fine « più alto » di raggiungere una parte del pubblico, quella più esigente o quella che risponde soltanto dietro sollecitazioni particolari. Così, un regista può girare un film sugli operai per sostenere che essi possono « partecipare » e integrarsi perché le istituzioni garantiscono, affrontano i problemi e, tutto sommato, funzionano (nel caso, i sindacati); mentre il loro dovere di buoni operai è quello di apprendere il linguaggio corrotto e massificato nelle istituzioni medesime. Così, uno scrittore può scrivere un libro per raccontare la solenne incazzatura di un operaio e dedicarla agli amici dell'avanguardia (ed ecco l'atto che rispecchia la « possibilità di condizionare » dall'esterno che il dialogo fra le istituzioni consente al suo intellettuale). L'importante è che il prodotto non venga a mancare mai.

Questo dialogo, espressione della verticistica dialettica fra le forze politiche ed economiche, pretende poi di dare una sua unica forma alla realtà sottratta ad un autentico confronto. Si tratta di una forma che chiude, o minaccia di farlo, come in un guscio, non soltanto lo scontro di classe delle manifestazioni più dure e appariscenti, come dicono i gruppetti e i loro giornali, dimenticando spesso che adoperano un linguaggio non meno tecnicizzato; ma anche una benché ridotta autonomia o discussione sovrastrutturale, soprattutto là dove il rischio per l'andamento prestabilito dei modi del dialogo sembra alle stesse forze più grosso. La parola di copertura è « pluralismo ». Chi la usa, lassù ai vertici, pensa di aver adempiuto ai suoi doveri di democratico e di antifascista. E addita il cartellone dei cinema o dei teatri, i cataloghi delle case editrici, magari i programmi della televisione per dimostrare che è nel giusto e che il pluralismo esiste sul serio. Si sbaglia, di parecchio.

Una logica totalitaria governa l'insieme di tutte queste proposte perché il filo che le lega passa nell'ago ben stretto in poche mani e non sfugge, e perché l'immagine che si tende a imporre nel complesso è quella di una società che non cerca, che è sicura di sé, che può ricomporsi in una pacificazione con le varie componenti sociali ordinatamente al loro posto. E' una società che ai vertici identifica il « destinatario collettivo » con l'idea che ne hanno coloro che veicolano il consenso, convinta di procedere nelle sue scelte sulla scorta degli incassi, degli indici di gradimento e di ascolto, soddisfatta di quel che va. Ma pure soddisfatti, nonostante tutto, sono i vecchi e nuovi conformisti dell'ideologismo. Anche costoro presuppongono, adoperando come una mitragliatrice la parola « classe », un « destinatario collettivo » in grado di orientarsi nell'incalzante ed elitaria concorrenza fra gruppi a caccia di egemonia. La cultura di massa si propone e fa da cemento per turare falle e chiudere interstizi.

Lo spettacolo che appare a prima vista, è un blocco compatto e lucido. Per incrinarlo, non può essere utile mettersi a tavolino ed escogitare ipotesi operative o formule conciliative fra autori e destinatari. Gli « ideali comuni » a romanzi e a film non si pre-fabbricano ma, soprattutto, non servono. Il significato degli anni appena trascorsi, quelli già ricordati fra il '66 e il '70, consiste proprio per ciò che hanno diviso e smascherato. Il processo politico culturale in corso rischia di andare esattamente in senso inverso. Al fascismo invisibile che non sbandiera gagliardetti e non parla del duce, l'arma migliore che si può offrire è la normalizzazione e la finzione di credere in certi valori di democrazia. Sembra pertanto indispensabile cercare le condizioni per togliere l'autore dalle zone separate e di strumentalizzazione per consentirgli di cercarsi un « destinatario collettivo ». C'è, poi, bisogno di occasioni di scontro vero e non di discussioni in cui ognuno ripete la lezione imparata; e c'è bisogno di riportare il rischio « dentro » le organizzazioni e le strutture culturali, specie quelle pubbliche. Ora, da una parte e dall'altra, ci sono due ombre: l'autore e il pubblico.

Alcide Paolini (scrittore)

Prendendo il discorso alla larga, perfino un po' genericamente, col rischio magari dell'ovvietà, premetterei almeno questo: in ogni tempo a mio parere è stata la « qualità » del romanzo — e in definitiva si potrebbe dire forse anche del cinema — a creare un rapporto autentico con il destinatario collettivo (che può essere quantitativamente grande o piccolo, non ha molta importanza), anche quando poteva apparire il contrario. Gli esempi sono infiniti, e vanno cercati non soltanto nell'ambito di un periodo storicamente politicamente e culturalmente particolare come fu il « dopoguerra », ma anche, almeno per il romanzo, in tempi più eclettici e ampi, come per esempio quelli della « svolta europea » del Novecento, mentre per il cinema solo il tempo potrà dare una prospettiva agli anni vicini a noi, e dirci se quel rapporto qualitativo c'è stato.
E' chiaro comunque che ad ogni epoca — e per epoca si intende ormai un sempre più ristretto numero di anni — corrisponde la necessità di un particolare impegno culturale, e quindi di un diverso rapporto non solo col destinatario, ma anche con gli strumenti di diffusione e con il mezzo espressivo. A proposito del quale, per esempio, quando il linguaggio fa acqua, si mostra logoro e anchilosato, incapace insomma di andare oltre quello che è già stato detto e fatto, il rapporto diventa equivoco e mistificante, anche se le intenzioni di coloro che lo usano sono le più genuine e in buona fede: rinnovarlo significa allora creare la possibilità di un rapporto nuovamente attivo. Ma significa anche scartare un modulo espressivo in vigore, con il risultato di ridurre il numero dei destinatari, almeno momentaneamente, almeno cioè fino a quando non si siano diffuse le chiavi interpretative del nuovo linguaggio.
E' vero però che oggi l'industria culturale e il conseguente consumismo rendono sempre più difficile stabilire con qualche certezza l'autenticità del rapporto, poiché è obiettivamente difficile restare « autentici », sia nel momento della « produzione », sia in quello del rapporto. Infatti, contrariamente a quanto pensano alcuni noti registi e scrittori, anche quando un autore crede di operare in perfetta libertà, è continuamente condizionato, e controllato, col contributo più o meno cosciente di se stesso in veste di istintivo autocensore. Ma anche ammettendo che l'artista possa essere libero di esprimersi, i conti con il sistema prima o poi li dovrà fare, e i conti, per il potere, finiscono per tornare sempre: se il libro, o il film, non avrà successo, non ci sarà rapporto con il destinatario; se avrà successo, il rapporto verrà automaticamente mistificato. E' un circolo vizioso, ed è difficile, anche se non impossibile, uscirne.
Proprio per questo forse, l'unico modo per scrivere un romanzo o per fare un film resta ancora, tutto sommato, quello di farlo il più possibile per se stessi, e contro la realtà, che va aggredita sempre, per poterla rivelare e di conseguenza trasformare, ma soprattutto perché sia consentita la presa di coscienza dei problemi fondamentali dell'uomo, come individuo e come società, mettendo in cima a questi problemi, sempre, quello della violenza e quello dell'autoritarismo.
Detto questo aggiungerò, a chiarimento, che sono piuttosto scettico, tuttavia, riguardo alle possibilità di instaurare un rapporto autentico con il destinatario collettivo, da parte di quelle opere, narrative o di cinema, che tendono ad affrontare dichiaratamente, quasi declamandoli, i problemi, specie quelli politici; non credo insomma né ai tenori, né ai baritoni, né alle prime donne dell'intervento artistico rivoluzionario, anche quando possa apparire serio. Non credo alla loro efficacia, voglio dire, poiché mi sembra che essendo facilmente trasformabili in grosso spettacolo, possano diventare altrettanto facilmente oggetti di consumo,
Credo molto di più, perciò, alla efficacia dell'intervento « obliquo », alle tematiche impostate « parlando d'altro », in modo che arrivino all'interlocutore non come un « discorso alla piazza » ma quasi inavvertitamente, con i problemi che più che mostrati vengono allusi e insinuati, usufruendo del correlativo oggettivo piuttosto che dell'oggettività; e questo sia per evitare l'immediata appropriazione e conseguente alienazione da parte dell'industria culturale o dello spettacolo, sia per dar

modo ai temi di scendere più in profondità presso il pubblico. Insomma, come occorre diffidare del successo immediato di un libro, così occorre temere i battimani in sala, che sfondano evidentemente delle porte aperte.

Renzo Paris (scrittore e critico letterario)

Le forze della sinistra extraparlamentare, dall'Unione dei marxisti-leninisti, a Lotta Continua e Potere Operaio, hanno sentito l'esigenza di servirsi degli intellettuali in modi diversi. La sostanza però del loro intervento in questo campo, per lo più verificatosi attraverso assemblee di intellettuali e artisti in vari anni e in differenti momenti politico-culturali, si può dire la stessa. Vediamo perché. Ogni volta che un gruppo « estremista » si è accorto o si accorge della cultura e dell'« opinione », pensa subito di strumentalizzarle nella maniera meno inventiva possibile. I discorsi agli intellettuali si sono ripetuti, variando di stile, ma rimanendo identici nel contenuto: non bisogna lasciare la cultura e l'influenza dell'opinione soltanto in mano ai capitalisti; gli intellettuali di sinistra lavorino perché le lotte operaie abbiano una risonanza al di fuori della fabbrica, dentro la società tutta; le lotte di fabbrica non devono restare chiuse, anche se globali, dentro un ghetto (la fabbrica), ma devono percorrere in lungo e in largo la società. L'intellettuale, partendo da queste giuste posizioni, è chiamato però a questi compiti: 1) a scrivere su questo o quel foglio della sinistra exstraparlamentare, nei casi migliori come Lotta Continua; 2) a prestarsi per ogni operazione di « soccorso rosso » per la stampa del gruppo o per la difesa dei suoi militanti.
Ciò significa che la nuova sinistra non ha ancora in mente, non dico di fare una sua politica culturale, ma neanche di uscire dal vecchio rapporto intellettuale-partito di togliattiana memoria. Un rapporto che ha portato tranquillamente a una ulteriore demarcazione della divisione del lavoro tra i cosiddetti politici e intellettuali. In questo senso, tutta l'esigenza che pure era dentro le lotte studentesche del 1968-69, di ribellione all'intellettuale-padre, alleato o compagno di strada della classe operaia, se ne va a carte quarantotto nella misura in cui viene schematizzata e ridotta a una pura e semplice strumentalizzazione staliniana. Così si sono potuti verificare casi di scrittori e artisti, che hanno raggiunta una ricchezza non indifferente, che di fronte alla materiale richiesta di denaro non si sono tirati indietro, anche se in cifre a volte irrisorie, rifacendosi per così dire, la faccia, mentre altri che chiedevano a se stessi prima di tutto la militanza politica complessiva, si sono visti non utilizzati ai fini di una domanda « culturale », sia pure timida ma esistente, della giovane classe operaia italiana. Intervenendo in questo modo nel campo della « grancassa culturale », la sinistra extraparlamentare ha ristabilito il vecchio privilegio dell'intellettuale e non ha minimamente messo in crisi il suo ruolo dentro la società borghese.
Ecco che allora, in simile deserto, che cosa fa uno scrittore di romanzi? O meglio, uno scrittore tout court? Per chi scrive i suoi libri, che pure vengono pubblicati e letti? Questo scrittore, che non vorrebbe dirsi più tale, quando non si trova ad essere un isolato, scrive per quel determinato pubblico di isolati che sta assumendo le caratteristiche di una generazione, quel pubblico cioè che si è maturato alla lettura e alla prassi durante e dopo il '68. Questo pubblico non è numeroso, e spesso è portato a leggere più saggi che romanzi o poesie; esso contesta perfino la sua qualità di pubblico attraverso la militanza politica, non ha mai avuto un atteggiamento sereno di fronte all'arte in generale. In tal senso tentativi di fare cinema e letteratura per i militanti politici di questo o quel gruppo della sinistra extraparlamentare, sono stati indubbiamente generosi ma destinati al fallimento, proprio perché si è voluto dare per scontato quello che i giovani militanti richiedono oggi dagli artisti. Se i gruppi della nuova sinistra hanno strumentalizzato alcuni intellettuali di sinistra in crisi e preoccupati di rifarsi una verginità, questo è potuto succedere soltanto perché quegli intellettuali, rimasti intellettuali, glielo hanno permesso.

Il discorso si fa lungo. Non è la prima volta che mi sono trovato ad affrontare questi problemi (*). E non mi pare di essere uscito fuori dei binari dell'analisi dello specifico per partire all'attacco del proprio ruolo nella società borghese. Mi accorgo per primo di stare parlando di uno scrittore e di un intellettuale nuovi, in qualche modo nati dopo il '68, senza perciò voler per forza sacrificare a nessuna mitologia sessantottesca. D'altronde di chi dovrei parlare? Di coloro che stanno ricaricando di nastri le proprie olivetti per scrivere un nuovo *Love Story?*
Anche per ciò che riguarda il cinema, se si leggono le pagine dei critici (e sono pochissimi) militanti politici, le domande e le risposte non dovrebbero essere molto diverse. Con la enorme differenza, ahimè, che il cinema in qualche modo « esiste » (lo spettatore cinematografico non è certo una sétta) mentre la letteratura, per quanti sforzi faccia l'industria per estenderla, non si può dire che esista. Al di fuori di quelle mille persone che in Italia comprano indifferentemente tutti i libri, cosa c'è di diverso? Questo è vero nella misura in cui i cinematografari sono molto ben visti e più richiesti dai gruppi extraparlamentari, di quanto non lo siano gli scrittori che intendano soltanto scrivere un romanzo o una poesia. Anzi, di questi ultimi non sanno proprio che farsene, anche se come giornalisti riescono a utilizzarli. In verità esiste un abisso tra cinema e letteratura, e questo abisso non si può colmare con le semplici esigenze (quasi sempre di cassetta) di un regista che vuole fare un film tratto da un romanzo. Il caso di un romanziere che scientemente ha voluto fare un romanzo da un film, non fa nemmeno testo. Certamente le tecniche cinematografiche hanno influenzato un secolo di narrativa mondiale, ma soltanto perché quelle tecniche si sono rivelate alla fine più narrative che cinematografiche. Ma al di fuori di una sterile polemica tra cinema e letteratura, ci tengono a precisare che gli stessi nuovi registi si trovano nel dilemma dello scrittore. Esiste altra domanda culturale al di fuori di quella di strumentalizzazione, tra i gruppi della nuova sinistra? E se no, una volta deciso che non bisogna rispondere alle richieste sfruttatrici della borghesia, una volta deciso di non creare alla borghesia l'alibi di una nuova ideologia che in qualche modo continui a reggerla in piedi, come bisogna comportarsi?
Bisogna attendere che la nuova sinistra formuli una ipotesi di politica culturale meno settaria, creando cioè essa stessa nuovi canali per la distribuzione a un pubblico di classe delle opere d'arte, e intanto lasciare che la politica culturale della borghesia vada a gonfie vele, o tentare di lavorare alla elaborazione di questa nuova domanda delle avanguardie della classe operaia e tradurla da militanti e attori della domanda stessa, in opere d'arte, e in nuovi canali preoccupandoci di scongiurare l'orribile deserto?
Questi sono gli interrogativi a cui rispondere, possibilmente insieme, e con una certa urgenza. Le vittime non devono restare più mute.

Elio Petri (regista cinematografico)

Per poter affrontare i temi che emergono in ogni frase del questionario, occorrerebbero analisi comparate da condurre sul « pubblico » del romanzo e sul « pubblico » di un film. In mancanza di uno studio analitico di questa particolare situazione sociologica, non ci resterebbe che elencare una serie di interrogativi, e forse, molto approssimativamente, avremmo il piano di una ricerca da farsi.
Che valore ha, per chi la vive, ma anche per l'insieme sociale, l'occasione umana di acquistare un romanzo e di appartarsi nella sua casa, o in treno, o in una sala d'attesa, o al gabinetto, o prima d'addormentarsi, per consumarne la lettura? Vi sono romanzi adatti ad ogni genere di situazione? Proust può essere letto in treno?

* Si veda il mio saggio *Notizia sulla contestazione culturale in Italia*, in *Politica culturale?* (ed. Guaraldi, 1970), e il mio intervento *Contro l'isola felice*, in *Contro l'industria culturale materiali per una strategia socialista*, (ed. Guaraldi, 1971).

Un libro giallo può essere letto a tavolino? Vi è un'età in cui Proust può essere letto comunque e dovunque, ed altre età in cui leggerlo comporti un rituale? E' un rituale leggere Proust? E' un rituale leggere Dumas? *L'educazione sentimentale* si divora. *Guerra e pace* si divora, può dirsi la stessa cosa per Beckett? E' un rituale l'atto stesso di leggere? E quali strati sociali, se è un rituale, sono coinvolti dal contenuto meramente sociale del rituale? E' promozione sociale il *poter* leggere? E' promozione sociale il leggere? E' promozione sociale il *poter* scrivere? E' promozione sociale lo scrivere e il pubblicare? E la molla della promozione sociale, in che misura agisce su queste due scelte? E, tornando daccapo, cos'è un « lettore », cos'è uno « scrittore » di romanzi? Oltre alla scelta meramente sociale, vi sono ragioni che portano a leggere, o a scrivere, che riguardino rigorosamente la sfera della comunicazione, il desiderio rigoroso di comunicare con-l'altro? L'isolamento di chi legge, o di chi scrive, è una fuga-da-sé? E, se è una-fuga-da-sé, s'arresta ad essere un fenomeno di fuga-da-sé, o vuole ricongiungersi agli « altri » nel compiersi del leggere e dello scrivere?
Si potrebbe volgere in termini cinematografici la serie delle domande, e le altre centinaia o migliaia che vengono da fare sull'argomento.
Che valore ha, per chi la vive, ma anche per l'insieme sociale, l'occasione umana di appartarsi dalle sue questioni esplicite di lavoro, di vita, per entrare in una sala cinematografica, sedere al buio, assistere alla proiezione di un film? Vi sono film adatti ad ogni genere di situazione? Bergman, può essere « visto » tra un treno e l'altro? Ci si può, sensatamente, spostare di casa la sera, d'inverno, da soli, o in compagnia, per « andare » a « vedere » un film d'evasione? Vi è un'età in cui Berman può essere « visto » comunque e dovunque, e un'età in cui il « vederlo » comporti un rituale? E' un rituale *vedere* Bergman? E' un rituale « vedere » *Lotta di classe in Italia*? E' un rituale « vedere » *Ombre rosse*? *Tempi moderni* si divora *Scarface* si divora, può dirsi la stessa cosa di *Persona* o di *Lotta di classe in Italia*? E' un rituale l'atto stesso di andare-a-vedere? E quali strati sociali, se è un rituale, sono coinvolti dal contenuto meramente sociale dell'andare-a-vedere? E' promozione sociale il *poter* andare-a-vedere, l'avere, cioè, il tempo e il danaro per andare-a-vedere? E' promozione sociale lo stesso mero atto di andare-a-vedere? E' promozione sociale il fare un film? E la molla della promozione sociale in che misura agisce su queste due scelte? E, tornando daccapo, cos'è uno spettatore, cos'è un autore di film? Oltre alla scelta meramente sociale, vi sono ragioni che portano ad andare-a-vedere, o fare un film, che riguardino rigorosamente la sfera della comunicazione, il desiderio rigoroso di comunicare con-l'altro? E' da considerare fatto comunicativo anche il puro ritrovarsi in una sala pubblica, insieme con altre diecine di « altri »? Entrare in una sala di pubblico spettacolo, immergersi nell'oscurità, accanto a una massa di « altri » sconosciuti, equivale ad isolarsi? Girare un film utilizzando l'apporto creativo di diecine di tecnici, di attori, di operai equivale ad una fuga-da-sé? Ma questo rendere pubblico il proprio « vedere » di spettatore, e questo « lavorare » in tanti, non vuole, forse, dire che nel film viene privilegiato il momento della « immedesimazione » rispetto a quello della « meditazione » che è alla base dello appartarsi di un « lettore » e di uno « scrittore »? Non vuole, forse, significare che la spinta alla comunicazione diretta è più forte, anzi, tende a fornire la struttura stessa del film?
Un'altra serie di domande potrebbe unificare la ricerca, nel tentativo di stabilire quali siano, pur restando su un terreno puramente sociologico, i dati comuni all'esperienza di un lettore e di uno spettatore, all'esperienza di uno scrittore e di un autore di film.
« Leggere » un libro equivale a « vedere » uno spettacolo? Che genere d'impegno percezionale richiede il « leggere » e che genere d'impegno percezionale richiede il « vedere »? Nella sua mediazione, lo scrittore *pensa* al « lettore » come ad un « altro » intento nell'atto di leggere, quindi *pensa* ai sensi che il lettore impiega nell'atto di leggere? Tien conto del fatto che una lettura può tradizionalmente implicare degli arresti, dei ritorni indietro e, addirittura, un rinvio a momenti oggettivi o a stati d'animo più propizi? Un autore di film, nella sua mediazione, *pensa* allo

spettatore come ad un « altro » seduto nell'oscurità, immerso nell'atto di « guardare », quindi *pensa* ai sensi che lo spettatore impiega nell'atto di « guardare »? Tien conto del fatto che l'atto di proiettare un film, tradizionalmente, è irreversibile e che la comunicazione, spesso, si affida più alla memoria successiva che lo spettatore terrà del film che alla percezione momentanea? Il rapporto tra « sensi » e « coscienza » nel lettore di un romanzo e nello spettatore di un film si fonda sulla stessa struttura? Un lettore di romanzi gialli può al tempo stesso, leggere anche Proust? Un lettore di Proust può andare-a-vedere un film di Franchi e Ingrassia? Uno spettatore di Franchi e Ingrassia può leggere Proust? E uno spettatore di Franchi e Ingrassia può, al tempo stesso, andare-a-vedere Bergman? Ma Proust pensava al proprio « lettore » come ad un possibile spettatore di De Funès? O, in altri termini, pensava che un possibile spettatore di grand-guignol potesse trarre godimento « spirituale » dal suo libro? *Vedeva* il suo « lettore », nell'atto venticinquennale del suo scrivere — o scriversi —, sempre nello stesso modo con lo stesso viso, lo stesso costume? E Bergman, che impiega cinque settimane a « fare » il suo film, cosa « vede » nell'altro, in quello spettatore che si muoverà da casa per andare-a-vedere il suo film? *Come* lo vede, che faccia ha, che costume indossa che lingua parla? Lo scrittore pensa anche alla posterità? Ed a che tipo di posterità? Lo stesso può dirsi dell'autore di film?

Perché, insomma, la « narrativa »?

Io credo che una ricerca di tipo sociologico sia ancora da farsi, sull'argomento che il Questionario, più che sviluppare, indica. Credo, tuttavia, che si ritornerebbe, alla fine del piano di ricerca, e dopo aver raggiunto risultati ragguardevoli, di nuovo al punto di partenza. Il punto di vista sociologico, infatti, dispone la materia per la discussione, la descrive, la circonscrive, ma è l'analisi socio-politica che darà le risposte fondamentali.

Il « leggere » e il « vedere », infatti, rispecchiano chiaramente una situazione di classe, poiché, nella società in cui viviamo, « leggere » o « vedere » sono un privilegio, esattamente come lo « scrivere » un romanzo o girare un film. In queste operazioni, che si integrano dialetticamente, son coinvolti come protagonisti soprattutto gli strati della piccola borghesia intellettuale, in un processo auto-gratificante che si racchiude in veri e propri rituali. I romanzi ed i film sono gratificanti sia per gli autori, sia per i lettori o gli spettatori, ai loro rispettivi livelli culturali. Nello schema verticalistico che divide l'alta, dalla media e dalla bassa cultura si riproduce la verticalità della struttura sociale. E, come la struttura sociale si basa sul sistema dell'esclusione dal possesso dei mezzi di produzione e del potere, degli strati immensi degli operai e dei contadini, così il sistema della comunicazione cultura si danno, nella cosciente esclusione della comunicazione della stragrande maggioranza dei contemporanei. Ma all'interno stesso dello strato alto-culturale, si opera per esclusioni, poiché l'altezza di un prodotto esclude dallo scambio lo strato immediatamente inferiore culturalmente e socialmente (pur nella sua accezione di strato alto-culturale). Finché, di vertice in vertice, si giunge alla produzione di uno staff quasi-divino che « illumina », pur nell'esclusione di tutti gli altri staff, il « secolo », o la fase storica: e, nello stesso secolo, l'uno sull'altro s'ammucchiano i « secoli » di ogni staff, di ogni strato, coesistendo tra loro, ma ignorandosi, in una fissità temporale che finisce per gettare tutto il processo all'indietro, verso il passato. Così la cultura si fa in ghetti verticali e si alimenta di non-comunicazioni, in un incessante processo di disumanizzazione.

La discriminazione delle classi lavoratrici dal « farsi » della cultura (che taglia fuori dai processi della creatività cariche d'energia e d'intelligenza umane non commensurabili), si opera già nella scuola, e poi dappertutto, con la complicità della piccola borghesia intellettuale, alla quale è demandata la gestione dell'intiero meccanismo discriminante. Lo « scrivere » ed il « girare » per il « terzo » strato, nello schema che divide la cultura in « alta », e « bassa », non è altrettanto non-comunicativo che lo « scrivere » e il « girare » per gli altri due strati? E' il sistema della comunicazione, e, quindi, la struttura sociale verticale in esso rispecchiata,

ed anche il contenuto psichico di entrambi, che vanno sottratti alla discriminazione classista e rivoluzionati.
Davanti alla enorme massa dei problemi inevasi, o inesplosi, o implosi che ci chiude la visuale, il rapporto tra un « mio » film ed il « suo » pubblico non ha alcuna rilevanza, se non è assunto come sintomo, sia pure microscopico, di uno squilibrio e di una irrazionalità universali.
Niente pubblico, allora, niente film? No, poiché i film si continuano a fare, ed un pubblico indecifrabile continua ad aversi.
Non mi resta, dunque, che rispondere direttamente alla vostra domanda, dal momento che anch'io continuo a fare film, pur nella coscienza di essere complice di una mastodontica discriminazione.
Per chi faccio i film? Per gli « amici », alti, medi o bassi che siano. « Amici » sono coloro che nutrono le vostre stesse opinioni e desiderano gli stessi mutamenti da voi desiderati, con i quali è giusto e necessario avere uno scambio reale ed uno scontro « efficace », nei limiti ghettosi dell'irrazionalità del sistema. Essi, gli « amici », se non altro, nell'oscurità delle sale cinematografiche, che tendono a trasfigurare, o ad annullare, le presenze umane, sono un vero punto di riferimento. Possono essere anche diecine di migliaia: ciò dipende dalle vostre opinioni e dalle vostre speranze.
Il « per chi » del vostro Questionario, nella prospettiva di una sempre più programmata disumanizzazione dei rapporti sociali, andrebbe forse compreso in un'altra domanda, ancor più semplice e tremenda: « perché », oggi, scrivere un libro, fare un film?

Giovanni Raboni (scrittore)

Non credo che il pubblico sia o possa diventare, in sé, un equivoco; ma certo un equivoco può nascere dal porsi il problema del pubblico come un problema a monte dell'opera: come se il romanzo o il film dovessero raggiungere un gruppo di fruitori in ansiosa o paziente attesa anziché provocarne o, perlomeno, favorirne, accelerarne la formazione.
Se il rapporto fra autore e pubblico si risolvesse nel trovare il pubblico giusto per un'opera data, oppure, rovesciando i termini, dato o presunto un certo pubblico, nell'assicurargli ciò di cui si suppone che abbia, in un senso o nell'altro, voglia o bisogno, penso che non ci sarebbe altro da dire. Editori e produttori sanno — e se non lo sanno è solo per una fortuita e fortunata rottura di codice, per una lacerazione in un sistema di referenze tendenzialmente infallibile — tutto quanto è possibile sapere sull'argomento. Col risultato, noto sino all'indifferenza, che il pubblico è implacabilmente indottrinato, giorno dopo giorno, a rimanere quello che è, lusingato o costretto a mimare la propria immagine riflessa in uno specchio insieme banale e maligno, ottuso e tendenzioso.
Come al solito, ho cominciato dalla coda, e da un quesito forse marginale: niente mi sconcerta più di un questionario, niente come un questionario mi spinge a parlar d'altro, a rispondere fischi per fiaschi. Ma il mio esordio sghimbescio e poco volentoroso era anche per insinuare: e se lo lasciassimo perdere, una buona volta, questo benedetto pubblico? Dalla « generosa illusione » degli anni quaranta al ributtante cinismo degli anni settanta, la storia degli ultimi trent'anni è piena di ipotesi, azzardi, scommesse su un rapporto che tutto sommato non conta, che al limite non esiste neppure: quello fra chi scrive e chi legge, fra chi gira un film e chi va a vederlo. Non conta perché i rapporti sostanziali, quelli sui quali anche il romanzo o il film sono più o meno condannati ad atteggiarsi, sono altri (diciamo, con brutale semplificazione, i rapporti di produzione e di potere); non esiste, al limite, perché i diaframmi, i trucchi, i ricatti sono tanti e tali da vanificare tutto in una sorta di macabra astrazione.
Lasciar perdere il pubblico, naturalmente, non vuol dire scrivere (o far cinema) per se stessi, e nemmeno per la cerchia — d'altronde ancora più inesistente e

più macabra — del non-pubblico, cioè degli addetti ai lavori. Ma non vuol dire nemmeno scrivere o far cinema « contro » il pubblico, o contro chicchessia. Vuol dire scrivere e far cinema « per », e basta; aprire un rapporto del quale si ignora, non si può non ignorare, il destinatario, e che tuttavia esiste e ha senso proprio e soltanto in quanto si protende verso questo destinatario sconosciuto e inconoscibile, verso gli altri, verso un orizzonte, diciamo così, di utilità e di comprensione. Spero sia chiaro in che senso e quanto profondamente questa nozione differisca, come intenzione soprattutto politica, da quella di scrivere o far cinema per « il » pubblico o per « un » pubblico. L'idea di pubblico, la ricerca di quale pubblico, in genere tutta la problematica del rapporto autore-pubblico e opera-fruitore, presuppone tutta una serie di falsità e di falsificazioni il cui denominatore comune è l'accettazione del presente, di una realtà sociale da discutere o da riformare ma sentita comunque come dimensione imprescindibile e necessitante. Mentre scrivere « per », soltanto « per », significa rifiutare, in un colpo solo, l'insensatezza (non credo che meriti altro nome) dell'arte per l'arte e l'inserimento in un gioco che sono sempre « altri » (non « gli altri ») a condurre per loro fini, a nome di tutti, contro tutti.
Tornando al punto, cioè alla domanda-base del Questionario (« Per chi si scrive un romanzo? Per chi si gira un film? »), la mia risposta-base è dunque: per nessuno — o meglio, non per qualcuno, ma semplicemente « per ». Da questa risposta o progetto di risposta discende tutta una serie di risposte-corollario; mi limiterò ad accennarne alcune, seguendo l'ordine di altrettante domande-corollario. Sì, esiste un'alternativa fra l'ideale « nazionale-popolare » degli anni quaranta e l'amara involuzione consumistica degli anni settanta: e consiste appunto nell'offrire un rapporto ad ignoti, un rapporto che sfugge all'organizzazione della realtà voluta dal potere nella misura in cui non consente l'identificazione aprioristica del destinatario collettivo e quindi una strumentalizzazione efficace e completa del messaggio. Ancora: un rapporto « autentico, non mistificato » fra opera e destinatario, è ipotizzabile a patto che il riconoscimento del destinatario sia, nel tempo dell'opera, sospeso, rimandato al futuro, assegnato a un dopo la cui identità e il cui assetto, è chiaro, dipendono anche dall'autore (da tutti gli autori, da tutti gli uomini) ma che rimane — deve rimanere, non può non rimanere — materialmente sconosciuto all'opera nel suo farsi materiale e presente.
Un ultimo « appunto per rispondere ». Credo che negli ultimi anni non si sia svolto alcun processo di (ulteriore) differenziazione fra romanzo e film. Al contrario, la pseudo-vanificazione (in realtà potentemente conservatrice) delle strutture narrative tradizionali e la loro ideologizzazione totale sono andate di pari passo nei due campi, se addirittura non si è assistito all'assottigliarsi del divario preesistente. Romanzo e film sono oggi, credo, assai più di vent'anni fa, all'incirca sullo stesso piano di strumentalizzazione passiva da parte del potere e delle ideologie dominanti; e sia per il romanzo che per il film non mi sembra che esistano prospettive specifiche di libertà; di ricongiungimento presente con un futuro di libertà, se non nel rifiuto di tutti i condizionamenti, non escluso quello implicito nella pretesa di sapere o decidere « per chi si scrive un romanzo, per chi si gira un film ».

Cesare Segre (filologo e critico letterario)

La forma sintattica delle due domande implica parimente i/il destinatari(o) del messaggio narrativo/filmico e i/il suo(i) emittente/i; gli uni e gli altri in un aspetto impersonale, che vorrebbe essere, penso, sovrapersonale: *chi, si scrive.* Basta questa sommaria analisi della frase a mostrare che i problemi affrontati sono vari e non del tutto omologhi. Per ciò che riguarda i destinatari, abbiamo principalmente: a) problemi statistici: determinazione del pubblico dei romanzi/films e della sua eventuale (ma secondo me inesistente) omogeneità sia nei riguardi di ognuno dei due mezzi di comunicazione-espressione, sia dei due considerati assieme; b) problemi sociali: motivazioni e possibilità di acquisto del libro/biglietto e destina-

zione del tempo alla lettura/visione a seconda del livello economico, età, ambiente geografico e familiare ecc.; c) problemi di psicologia sociale: modalità e conseguenze della ricezione del messaggio in rapporto col tipo di pubblico prima individuato.
Passando dalla parte dell'emittente, credo che i problemi collettivi non possano essere affrontati prescindendo da quelli individuali, nello stesso modo che c'è un incommensurabilmente maggiore impegno nell'ideazione e realizzazione di un romanzo/film che nella decisione di leggerlo/vederlo. Nell'ordine pratico, il rapporto tra personale e collettivo è quello tra l'inventore del messaggio e i proprietari e i sorveglianti dei suoi mezzi di esecuzione e diffusione. E' chiaro però che le due domande vogliono soprattutto affrontare i rapporti tra emittenti e destinatari. Una risposta richiederebbe perciò l'esistenza delle preliminari risposte alle domande a), b), c) indicate sopra; inoltre essa dovrebbe esser data dagli ideatori stessi dei messaggi.
Quale semplice osservatore, dirò che non mi pare di cogliere nell'assieme della produzione narrativa/filmica italiana d'oggi, nonostante l'alta qualità di singoli (e numerosi) titoli, l'esistenza di un complesso di direttive ideologiche ed estetiche tali da individuare un impegno collettivo abbastanza concorde per promuovere una vera spinta culturale, e per potersi perciò commisurare col pubblico nel quadro di un disegno coerente. Sappiamo tutti qual è la piuttosto grigia situazione politica in cui viviamo, e quanto sono disperse e incompletamente elaborate le eventuali utopie alternative. Anche gli artisti lavorano, mi pare, alquanto isolati l'uno dall'altro: isolati quanto lo scambio delle idee e alla promozione di ideali, almeno artistici.
S'intravvedono almeno delle spinte, delle direzioni? Anche su questo è difficile dare delle risposte non impressionistiche. Un certo discorso potrebbe svilupparsi da una serie apparentemente contrastante di osservazioni. Da un lato: il cinematografo è condizionato molto più pesantemente della narrativa dai detentori dei mezzi di produzione e diffusione, nella misura in cui sono più ingenti i capitali messi in movimento dalla realizzazione d'un film che da quella d'un romanzo. Il Capitale (per chiamarlo col suo nome) ha poi modo di controllare la diffusione del messaggio: scegliendo i circuiti in cui distribuirlo e decidendo sulla durata della sua distribuzione. Dall'altro; il messaggio filmico raggiunge, anche se indiscriminatamente, le centinaia di migliaia, i milioni di persone, quello narrativo sì e no le migliaia. O ancora: da un lato: il messaggio filmico è generalmente recepito come intrattenimento, e secondo orari e modalità che lo inseriscono nella liturgia degli svaghi collettivi, mentre il messaggio narrativo sceglie, in un certo senso, i suoi destinatari e stimola ipso facto un rapporto di carattere più impegnativo; dall'altro: il messaggio filmico, con l'evidenza della sua quasi-realtà, può essere assimilato più facilmente, con tutti i risvolti ideologici che il destinatario, se anche non riesce a razionalizzare, percepisce in maniera emotiva.
Potrei proseguire; ma già la contrapposizione di questi primi, ovvii rilievi permette d'intravvedere in prospettiva una specie di divisione dei compiti, in cui al film (o allo sceneggiato televisivo) spetti la forza-urto di un mass-medium che può anche esser fornito di attributi estetici (i quali lo potenziano), mentre alla narrativa tocchi un compito di approfondimento capillare, di più riposata meditazione, a cui è deprecabile che sinora, nelle nostre modeste condizioni di cultura, possa prender parte solo una minoranza.
Un ultimo rilievo però. Direi che il panorama contemporaneo italiano sia più brillante in campo cinematogafico che narrativo. A parte i motivi di gusto e di tornaconto personale, o l'eventuale miraggio della fama, credo che la preferenza possa spiegarsi proprio con la natura quasi-reale del messaggio filmico: essa non sussiste solo per il destinatario, ma anche per l'emittente, nel suo contatto con gli attori, con il paesaggio, con l'ambiente. Una riscoperta del vero, in tempi in cui la letteratura gli appare allergica; una conferma implicita al bisogno di fabulazione che dev'essere assai radicato nell'uomo, come schema riferibile a qualunque esperienza vissuta o vivibile, in tempi in cui la narrativa ignora spesso questo

bisogno. (Ma si dovrebbe anche considerare, per non appagarsi di notazioni e critiche episodiche, che il vero non è solo costituito di fatti).
Da questi accenni emerge come, a mio avviso, sussista una specie di gerarchia nei livelli del pubblico in rapporto con le caratteristiche dei due media a confronto; preciserò che anch'essa è una conseguenza delle nostre condizioni di cultura: se esse fossero soddisfacenti, messaggio filmico e narrativo, consumo edonistico e attenzione critica, costituirebbero un ventaglio entro il quale ognuno potrebbe scegliere, secondo situazioni e momentanei bisogni. E verrebbe meno l'elemento compromissorio, oggi necessariamente presente nel cinema e, in minor misura, nel romanzo. Ma i progressi dell'istruzione si verificano oggi (se si verificano) secondo un disegno capitalistico e consumistico, che rende remota anche una previsione così modesta. Attenzione a non doversi rimettere, malinconicamente, alle statistiche!

Paolo e Vittorio Taviani (registi cinematografici)

Le domande del questionario sono di carattere teorico; non ci sentiamo dei teorici; siamo imbarazzati a dare risposte. Anche perché alcune domande ci lasciano in dubbio. Non ci pare proprio possibile affermare che il cinema italiano dell'immediato dopoguerra — il neorealismo — realizzò l'ideale di una narrativa nazionale-popolare, l'incontro a larghi livelli tra opera e destinatario. Magari. Ricordiamo che allora il nostro amore per Rossellini o per Visconti era intemperante come l'odio e il disprezzo per il pubblico che li rifiutava: la stragrande maggioranza del pubblico, con le sue appendici critiche da rotocalco e da quotidiano. Fa parte evidentemente della mitizzazione del passato dimenticare che *Paisà, Germania anno zero, La terra trema* non trovarono uscita o quasi nel circuito nazionale (ma anche *Sciuscià* e *Umberto D.* e *Bellissima*...).
Parlando del pubblico, non vorremmo però parlarne in astratto. Come in astratto non esiste il « popolo ». Esistono molti pubblici, differenziati tra di loro (anche se la divisione di classe tende ad attutirsi nella sala cinematografica: la vocazione piccolo-borghese — diceva Hugo — non è esclusiva della piccola borghesia). C'è pubblico e pubblico. E lo stesso tipo di pubblico cambia fisionomia col cambiare dei momenti storici. Al cinema vengono chieste cose diverse, spesso in contrasto tra loro (così come cose diverse vengono chieste alla musica o alla pagina scritta; e ci sembra che chi vota Orietta Berti per « Canzonissima » e chi compra un disco di Bach o di Webern non possano essere inseriti in un'unica categoria, quella del pubblico musicale. Il cinema invece subisce puntualmente arbitri del genere). Comunque, venendo più al particolare, ci sembra che oggi il pubblico che cerca un cinema che cerca, si sia fatto più presente e più giovane (tutti ne conosciamo le ragioni).
Questo è il pubblico che a noi due interessa. Ognuno sceglie il pubblico che lo riflette. Ma poi anche questo non è così esatto: parliamo davvero a titolo personale, e allora dobbiamo dire dei nostri umori che mutano. In certi momenti si ha voglia di selezionare al massimo il pubblico, puntando sulla sua complicità sovversiva, facendo della esclusione degli altri un fatto provocatorio, di scandalo attivo. Altre volte no, si ha voglia di lasciarsi andare a una cantabilità più aperta e più consolatrice. In certi momenti il rapporto col pubblico si accende e si consuma nella volontà dello scontro; altre volte in quella dell'incontro.
Abbiamo parlato di cantabilità; non a caso. Voi, nel vostro Questionario, ponete il film accanto al romanzo. Per noi il mezzo espressivo più vicino al cinema è invece quello musicale.
Anche per questo non possiamo darvi risposte pertinenti. A meno che il dramma in musica dell'Ottocento non rappresenti in qualche modo il romanzo nazionale-popolare italiano. In questi giorni stiamo lavorando al nostro prossimo film, e ci facciamo aiutare dalla *Lucia di Lammermoor.*

Gianni Toti (scrittore)

Guerra alla retorica e pace alla grammatica? Oppure guerra alla grammatica e pace alla retorica? Oppure...
L'impostazione del « problema del destinatario » volendosi provocatoria nel Questionario, le risposte altrettanto volutamente provocatorie dovrebber'essere, scegliendosi come primo referente proprio l'*esprit de rhétorique* attaccato dal retore victorhughiano Victor Hugo e dal nostro riquestionante (oppure, *per dirla con* l'oggi centenario Paul Valery: « ...*on m'entretient de querelles, de doctrines dont je n'ai cure, quand il s'agit de chant et de l'art subtil de la voix porteuse d'idées. Où donc c'est l'essentiel, dans ces propos et dans ces thèses...* » - *Variété* III - *NRF.* pag. 44 (ma chi oserebbe oggi parlar così se non *per dirla con*...?). Esemplificando anche qui, la boutade di Cesare Pavese sulla narratività contemporanea come narratività cinematografica, poteva e potrebbe ancora oggi — « al di là dello stesso contesto pavesiano », si capisce, e magari con un'indicazione diversa da quella di De Sica (lo stesso *Ladri di biciclette*, oggi riletto, si presenta molto meno « nazionale-popolare » di allora: un'operina senza molto respiro, il che non vieta di lasciar pensare che possa riacquistarne in futuro, in dimensioni storiche diverse) — potrebbe ancor oggi piuttosto venire interpretata, non come idealizzazione di un destinatario naz-pop comune a romanzo e film, ma come negazione della narratività letteraria contemporanea, privilegiando quindi il momento negatorio e inglobante del cinema... Del resto, quel « destinatario che solo il cinema nell'immediato dopoguerra aveva alla fine realizzato e raggiunto », non è stato affatto realizzato e raggiunto né allora né oggi (*Ladri di biciclette* — per restare al « classico da cineclub » — ha avuto la sua massima udienza solo con la trasmissione televisiva: non è mai stato un « grande successo di pubblico »). Il destinatario di massa (perché è questo che si reipotizza, evidentemente e purtroppo) non è certo quello naz-pop di gramsciana buona volontà: ancora oggi è, al cinema come alla libreria, il pubblico al più basso livello del *consumere* e del *consummare* (tra loro incrociati), come è nella logica del mercato per il pubblico quale pubblico interclassista. Quella « generosa illusione » però resta o ritorna ancora, estremismi-opportunismi ripermettendolo.
E non si tratta solo del film-libro-*chocolatl* (dall'azteco, ahisì!) *Love Story* — che è caso troppo patente di « produzione » (*chocolatl*etteratura) cinicamente intelligente — com'è cinicamente intelligente un qualsiasi « modista » inventore di « linguette » o di abbigliamenti barokkocò. Oggi « il prodotto » si maschera anche meglio. In Italia per esempio, non si intitola *Storia d'amore* ma *Vogliamo tutto*, anche se è la stessa operazione, realizzata negli stessi « modi di produzione ». Basterebbe confrontare la prima pagina dei due libri: lo stesso sincopato, la stessa paratassi, « la chiave per realizzare sulla pagina il *parlato* di Alfonso Natella (l'operaio che « vuole tutto »), un procedimento sintattico che abolisse tutte le subordinate, semplificando, quasi elementarizzando al massimo il contenuto con periodi rapidi, concisi ». Gli operai, si sa, non « subordinano » neppure la lingua-pensierazione, non sanno l'ipotassi al contrario degli g-nari o g-no(r)ri che invece sanno g-narare ciò che gli i-g-no(-a)ranti non sanno... « Il parlato-scritto » obbedisce alle stesse tecniche produttive. L'ideologia dominante comincia nella scrittura, nel libro, nel *brocher* della *brochure* che è un cucinar-spillare, poiché il *broccus* ha i denti puntuti...
Ma non è « il modo di produrre » libri che è qui in discussione, anche se... E' il pubblico, la nozione di « pubblico », e il destinatario (la nozione di « destinatario »). Il « vasto pubblico » ipotizzato « nel clima unitario del consumismo » è, in effetti, l'unico pubblico che sia « destinatario », un pubblico notturno o buio in cui tutti i gatti-lettori-spettatori sono bigi, perché nella notte del buio o nel buio della notte non si scorgono i contorni di classe, di cultura diseguale, di subalternità e subordinazione del « destinatario (il quale, infatti, come *destinatario* del prodotto non ha un *destino* ma viene attaccato, *de-stanato*, così che non possa più *stare* nella collocazione donde viene *stanato*). Tra l'ideale di una narratività — cinematografi-

co-letteraria — destinata a un vasto pubblico quale « aspirazione degli anni quaranta » e « l'approdo involutivo » di oggi, non c'è un rapporto antinomico tale da farli assumere « come estremi », neppure « di uno schema polemico ». Si tratta di una stessa linea di politica culturale, o sbagliata o interessata. Al di là della nozione di destinatario come vasto pubblico « da stanare » (fuori delle classi, declassandolo) e aggredire, e quindi come mercato, non c'è pubblico « ideale ». Il pubblico vero cui si può e si deve aspirare non è un pubblico, ma un non-pubblico; non è un acquirente-consumatore, ma un co-produttore che si riveli come tale e come tale si affermi, si imponga nello stesso processo produttivo — di romanzi o di film, di spettacoli o di musica, di teatro o di televisione, di qualsiasi semilavorato da lavorare insomma e « finire ».

Non si parli dunque di « ambito di una *élite* ». Anche il « pubblico selvaggio » è una *élite,* a suo modo, come portatore di una sua « cultura » antropologicamente intesa. Al di là del mercato e del suo ipotizzato « destinatario collettivo » ci sono soltanto *élites,* oggi, cioè livelli diversi di aggregazione civile o « selvaggia », reciprocamente influenti, positivamente o negativamente, e negativo-positivamente. E, del resto, persino in quel buio e in quella notte, i gatti saranno bigi, ma tra loro si vedono bene, nictalopi qual sono...

Bisognerebbe allora superare i territori dell'« aggiornamento » (teologico e parateologico, da « morte della morte di dio » e da « morte della morte della morte della letteratura » — quella per cui il SEGALigno Balestrini « si vergogna di passare ancora per un autore di romanzi » preferendo passare per « compilatore di documenti »), oltrepassare le frontiere dei film-di-serie del filone *Pane amore e polizia,* lasciarsi alle spalle gli scaffali dei libri-di-serie del controfilone *La classe operaia va in paradiso* (letterario) e gira « intorno al muro » per ritrovarsi, al di là del muro — quando venisse infranto, sia pure in sogno — sepre uguali, sempre se stessi (dall'iranico *pairi-daiza,* « intorno al muro », il paradiso è sempre quello, un giardino murato).

Al di là di quelle che Ulanin chiamava « false unità lessicali », la condanna a morte della letteratura come esito di processi penali improntati a nichilismo estetico piccolo-borghese non esiste, perché la *mise-à-mort* della letteratura e delle arti quali prodotti storici della « divisione del lavoro intellettuale e manuale », non c'è stata e non ci può essere senza un'altra e più totale messammorte. Non è neppure necessario ricorrere ad altre terminologie scientiste e definire « pratica significante » (*nel* e *sul significante*) la pratica « lavorativa » sul linguaggio-materia, anche se questa ricerca di una terminologia meno ideologicamente dominata è apprezzabile perché dirige l'attenzione sulla prassìa produttiva, sulla materia intellettuale e sul livello — verbale o audiovisuale — a cui si pensa la correlazione tra letteratura — o cinema — con la vita sociale, sul livello cioè di quanto oggi funziona come « genere » letterario-cinematografico o audiovisuale *in « genere », per dirla con* Tinjanov. La letteratura come il cinema e tuttilresto è, certo, il « luogo operatorio dell'immaginario sociale », il luogo cioè in cui funzionano socialmente gli oggetti culturali percepiti, accettati, subìti come se non fossero ideologici o ideologizzati, mentre agiscono sugli uomini al livello del loro rapporto reale-immaginario col mondo. Il problema è quindi — se si cercano seriamente « valide alternative » come si augura il Questionario — quello di trasformare queste ideologie (oggettuate nelle « maniere di produrre », nelle « tecniche », nei « prodotti ») in « strumenti coscienti di azione sulla storia ». In altre parole — e con altre formulazioni, che sono frutto di altre ricerche contemporanee — agire *per una nuova pratica dialettica della letteratura e del cinema,* contraddittoria con i modi attuali di produzione-distribuzione e con la fungibilità organizzata dei prodotti-opere-cose-d'arte.

Se si conorda con una tale direzione di azione e di ricerca, la domanda a proposito della « possibilità di ipotizzare un *qualsiasi* rapporto autentico, non mistificato (la doppia sottolineatura è mia, la sottolineatura semplice c'era già, nel Questionario: ma perché, appunto, "qualsiasi"? - Toti) tra un ideale comune di romanzo e di film, e un suo destinatorio collettivo » è irresponsabile. Già, rapporti autentici, non

mistificati, non sono ipotizzabili — i rapporti di questo genere saranno sempre, nel nostro orizzonte storico, mistificati, cioè legati a una « iniziazione »: l'unico problema riguarda il tipo di iniziazione, la parte da cui e verso cui ci si « inizia » e ci si costruisce manipolandosi nel senso di questo o di quel formismo. Ma poi, l'unico « ideale » di oggetto estetico, o percettivo-ideologico, che si possa condividere è quello di un'opera — romanzo o film, o romanzo-film o film-romanzo o romanzo-e-film, etc. — che offra, e si offra come, una conoscenza del proprio processo produttivo (produttivo di oggetti e di sensi), con una implicita critica della ideologia di questo processo e delle ideologie che agiscono nell'opera e nel funzionamento sociale dell'opera, critica dell'ideologia del significante e critica della ideologia del significato. O ancora: con una critica endo-ideologica ed endo-letteraria-cinematografica-etc., una critica cioè della letteratura e del cinema in quanto funzioni sociali ideologiche o forme ideologico-letterario-cinematografiche etc. della coscienza sociale...
In altri termini ancora, è necessario occuparsi del secondo grado del funzionamento sociale della letteratura o del cinema, della *lettura* ciò è. Al di là della prima mediazione contenuta nella prima lettura, quella della critica che funziona socialmente come terminale del modo di produzione occultato come modo di produzione di semilavorati finti finiti. Travasando la lettura delle leggibilità o possibilità di letture, etc.
Poiché anche la lettura (del libro o del film etc.) è una pratica significante un lavoro sulla materia « linguistica » — letteraria o audiovisuale — (le virgolette attorno a « linguistica » stanno a far segno sulla diversa linguisticità — verbale e otoionica —, sulla improprietà dell'accomunamento). E' la lettura, insomma, che fa sorgere altre leggibilità, independentizzabili rispetto a quelle eterodirette dal « marchio di qualità » apposto dalla funzione critica, re-*censoria*. Ma è proprio la lettura che viene nascosta come fase del processo produttivo totale. Per il potere ideologico dominante, il processo produttivo si arresta alla parola FINE del romanzo o del film, tutt'al più può ammettere un'appendice — verniciatura — nella estrazione critica di una certa produttività del prodott-opera. La lettura (anche dello spettatore) non viene invece riconosciuta (e infatti è oggetto di rarissime ricognizioni) come funzione sociale che favorisce, crea, istituisce nuovi livelli e sviluppi della lettura, facendo passare il prodotto da semilavorato a prodotto finito (di volta in volta, a ogni lettura, si capisce, si capisce?). Bisogna svelare la leggibilità velata, disoccultare l'ideologicità della lettura letteraturante mediata dal sistema critico della lettura ai suoi livelli discontinui, nei suoi disoccultati condizionamenti culturali etc. Perché chi legge impara mentre legge — impara bene o male — o a suo modo ri-formula — la « lingua speciale » — la forma letteraria o cinematografica (poetica) del linguaggio — costruita nell'opera, ma la impara in diverse classi mentali, corrispondenti agli strumenti sensibili di cui dispone (sensi naturali-umanizzantisi più o meno svegliati, sviluppati o neutralizzati o deteriorati, intossicati etc.).
Viene così posta, a questo punto, la questione non questionariata della *« pratica militante del lettore-spettatore »*, la pratica che inizia laddove quella dello scrittore-regista termina, saltando forse quella critica anche troppo compromessa. Lo scrittore o il regista infatti domina solo una parte del lavoro che svolge come produttore, la parte cioè di cui è consapevole e che riguarda il progetto di significazione che è esplicito nella elaborazione dei materiali verbali-oto-icononici — effetti voluti ed effetti ottenuti o realizzati o da realizzare. Tra questi, gli effetti non riducibili al progetto di significazione non sono controllati dall'autore, anche perché non da lui dipendono ma dall'ultimo lavoratore del processo produttivo: il lettore-spettatore, appunto. Ecco: questo « ultimo lavoratore » è una incognita. Perché subisce quella parte del processo produttivo che gli spetta ma di cui non è padrone e quindi gli si ribella. Come l'autore lotta contro la scrittura, così il lettore lotta contro il testo per liberarsi dalla dominazione che la cultura dell'epoca esercita su di lui attraverso l'autore e per liberare il testo dalla sudditanza verso l'autore che funzioni socialmente in modi subalterni. Insomma lotta contro l'ap-

parato ideologico di cui scrittura e testo, regìa e film, sono parti. Per realizzare quella *lettura totale* che può progettarsi come liberazione infinibile dell'opera infinibile...
Ma forse è bene arrestarsi a questo primo sbozzo di nozioni eluttanti. Basti affermare il principio che *i modi di lettura* sono parte dei modi di produzione, e sono forse il momento fondamentale di ogni operazione istituente sensibilità (estetica: raddoppiamento inevitabile). L'importante sta nell'indicazione del lettore-spettatore quale *indestinatario*, momento rovesciante il rapporto con il segno vettore che va dal prodotto al consumatore: è il lettore-spettatore che va a *stanare* il prodotto-opera, che le impedisce di *stare* laddove la colloca la funzione sociale del dominio ideologico-materiale mediato culturalmente: sono quindi il testo, il film, che devono essere visti come destinatari della contro-azione dei lettori-spettatori. Intesi questi nelle loro diversificazioni — consapevolezza e livelli di istruzione o cultura — ma sempre come co-lavoratori della stessa macchina produttrice di significanti, significati e sensi.
Naturalmente (o magari anche innaturalmente) il problema dell'*originale* o dello *sceneggiato* televisivo non si pone diversamente, anche se bisognerebbe pur sempre approfondire la nozione della televisività come « specifico » ancora non specificato (si aspetta un medium più nuovo che abbia come suo contenuto la televisività appena esplorata — che a sua volta ha come suo contenuto la cinematograficità, non certo ancora totalmente esplorata come medium di una sensorialità acutizzabile con la percezione selettiva del moto, dello scorrimento, del montaggio ottico, della lettura dinamica del reale, del conflitto dialettico possibile e consapevolizzabile fra cose viste e cose lette come cose viste) ecc. Anche nel caso della televisione, comunque va detto che il destinatario dev'essere visto specularmente rovesciato. Già ora si dice: non tu vedi la televisione, *è la televisione che ti vede.* E infatti l'occhio televedente, che dovrebbe essere per l'uomo l'occhio televisivo, trasmette visioni impositive, cioè *vede* l'utente nella sua casa, ma questi non può ritrasmettere nulla, e non vede i trasmettitori a sola « andata senza ritorno ». Sembra anzi che, tra breve i trasmettitori vedranno, non solo metaforicamente, nelle case di certe comunità di utenti, senza che questi possano ritrasmettere, o soltanto in certe canalizzazioni... Necessario sarebbe invece che l'utente non fosse utilizzato ma utilizzasse il mezzo. E che quindi la televisione non a « originali » e a « sceneggiate » (con la *e* finale, ma sì, come per quelle napoletane) servisse, (che sempre restano epigoniche del vecchio cinema) ma a televedere, a vedere-lontano ciòffosse. Non che non si possa sensibilire anche con il medium televisivo con opere o prodotti. Ma che siano « edizioni » — compatte « cassette »-libro — il cui uso sia lasciato *ad libitum* dell'utente, nelle ore che gli piacciano, e non nelle ore della contemporaneità avvenimenziale, del simultaneo accadere, che deve sempre avere aperto il varco ai sensi potenziali dell'uomo. E, in ogni modo, che *sceneggiate* e *originali* servano ad aprire quelle vie della sensibilizzazione che sono proprie del mezzo — televeggente — e non del precedente — dinamica visione delle cose e loro scrittura: cinematografia.
Più che « inattuale » dunque, è « improponibile l'ipotesi di un ideale comune » e pertanto non « ponibile », per usare la terminologia questionariante. Tra romanzo e film la differenza è poca attualmente e tanta potenzialmente; la differenziazione invece è in atto, appena cominciata. A grandi linee, l'industria della coscienziazione dominata negli ultimi ventanni come anche prima ha operato perché, « all'interno delle stesse strutture del linguaggio » non si operassero trasformazioni produttive allo scopo di impedire modificazioni incontrollate o incontrollabili nel mercato: che l'attenzione resti concentrata sui significati, sui messaggi ideologici, comprensibili, leggibili in modo da fingere una comunità parauniversale di consumatori... Contenuti, quindi, senza contenitori. Guardate all'acqua e non al bicchiere, non alla gola, non al bevitore... E comunicate, comunicate il già-pensato. Trasmettete, trasferite, metaforizzate ciossarebbe, tutto ciò che è usufruibile da usufruttuari che non osino pensare mai a ritrasferire, a rimetaforizzare. E le immagini siano parole, e le parole siano immagini, e tutto sia traducibile, come

moneta... Ecco in quale « senso » (direzione) si volgono le « trasformazioni socio-economiche » dominanti...
Alle ultime domande — negativamente « retoriche » per la verità, e ciò va loro riconosciuto — la risposta è però ovvia, retorica invece. Non c'è un destinatario collettivo omogeneo, perché c'è divorzio di culture e di classi e di lavoro, ecc. « Da un punto di vista sociologico, ideologico, culturale » di « relativamente omogeneo » esiste soltanto quella parte della « popolazione attiva » che diventa « militante » politicamente. Ma non è ancora un « interlocutore ideale », perché le sue stesse forme di organizzazione politica sono quelle tradizionali che non hanno fatto la rivoluzione, e sono quindi storicamente fallimentari, — a distanza di tanti decenni da non permettere ulteriori dilazioni alla verifica. Soltanto quando la lotta politico-culturale punterà sui modi di produzione totali, e cioè anche sui modi di lettura quali modi di co-produzione, il lettore pubblico tenterà con qualche prospettiva di imporre a libri e a film la propria vezione, sovrapponendo finalmente all'opera quale pretende di essere (immagine finita del « vissuto ») — e quindi alla forma ideologica della sua lettura — l'opera quale diventa per opera del lettore-spettatore, vettrice di un progetto — la forma utopica (non utopistica) della sua lettura violenta, quale diventura del testo (*praktisch-geistig*, diceva zio Karl di Trier).
La nozione di « pubblico » è quindi più che un equivoco, fa parte di una linea, di un disegno, di una prassi politica dominatoria. *« Per chi si scrive o si fa un film, allora »?* Per i « lettori militanti e violenti », per quanti fanno volontaria violenza al testo, alla funzione sociale del testo — libro o film o altro —. Per i lettori liberatori dell'energetico immaginario sociale bloccato al livello dell'esplicito socio-ideo-logico, che spezzano lo spessore congelato della scrittura o della visionarietà e, mandando a spasso i falsi sempre, aprono gli spazi gramsciani del lavoro umanizzante *für ewig.*
Non c'è scrittura (né scrittore) innocente. Non c'è lettura (né lettore) innocente. Non c'è critica (né critico) innocente. Non c'è un solo significato definitivo così come non c'è un'opera popolare se non lo diventa (da un'origine magari « illeggibile »). Esiste solo *il continuo atto creativo del lettore-spettatore* che supera la durata della prima perenta fase della fabbricazione.
Bisognerebbe forse modificare la domanda: per chi si legge e si riscrive un film o un libro? Per tutti i futi futili futuri fututi. Attraverso trasformazioni produttive nell'ordine dei signifatti, si arriverà — e perciò si arriva già — alla defuturazione dell'opera, alla sua presentificazione. Nella lettura dello spettatore si tende oggi l'energia implosa ma esplodibile dell'uomo diviso dalla propria creatività alienata — non è così? E dunque cerchiamo di liberare gli impensabili pensieri non prepensati dalle carceri monologiche, puntiamo sull'utopucronìa. E' l'unica forma potuta e ancora ripossibile della sapevolezza...